



Perumusan Strategi Pemasaran Agrowisata The Nickresnally Strawberry Park Di Desa Sumber Bening Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT

Formulation of Curious Strategies for Agro-tourism The Nickresnally Strawberry Park in Sumber Bening Village Using a SWOT Analysis Approach

Aliyanti Zumrona^{1*)}, Ana Nurmalia²⁾, Yossie Yumiati³⁾, Eko Sumartono⁴⁾,
^{1),2),3),4)} *Faculty of Agriculture, Universitas Dehasen, Bengkulu, Indonesia*

Email: ¹⁾ antitaobtaob@gmail.com; ²⁾ ananurmalia@unived.ac.id ³⁾ yossie.yumiati.fp@gmail.com
⁴⁾ ekosumertono@unived.ac.id

How to Cite :

Zumrona, A., , A. Nurmalia., Y. Yossie., E. Sumartono. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Agrowisata The Nickresnally Strawberry Park Di Desa Sumber Bening Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT. *Sinta Journal (Science, Technology and Agriculture Journal)*, 4(2),183-192. DOI: <https://doi.org/10.37638/sinta.4.2.183-192>

ARTICLE HISTORY

Received [28 November 2023]

Revised [03 December 2023]

Accepted [24 December 2023]

Kata Kunci:

Strategi, Agrowisata,
Stroberi, SWOT
Pemasaran

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license



ABSTRAK

Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park yang berlokasi di Desa Sumberbening Kecamatan SelupuRejang, Kabupaten RejangLebong merupakan contoh jenis inovasi dalam budidaya buah stroberi yang membalut budidaya buah stroberi dengan konsep wisata berbasis pertanian (budidaya stroberi). Sebagai salah satu Agrowisata yang sudah cukup lama berdiri, Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park harus membuat rancangan strategi pemasaran yang baik untuk keberlangsungan usaha, memenangkan persaingan serta mengoptimalkan sumber daya yang terbatas agar tercapainya target pasar yang diinginkan. Adapun tujuan akhir dari penelitian ialah untuk menentukan rumusan strategi pemasaran yang dapat diaplikasikan sesuai dengan faktor yang mempengaruhi pemasaran pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park.. Penelitian dilakukan secara sengaja (Purposive) menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT, dimana data diperoleh menggunakan metode obserasi, wawancara serta kuesioner. Hasil dari penelitian Rumusan strategi yang dapat diterapkan ialah rumusan Strategi Agresif

ABSTRACT

The Nickrisnally Strawberry Park Agrotourism located in Sumberbening Village, Selupu Rejang Subdistrict, Rejang Lebong Regency is an example of a type of innovation in

KEYWORDS

Strategy, Agritourism,
Strawberries, SWOT
Marketing

strawberry cultivation that wraps strawberry cultivation with the concept of agriculture-based tourism (strawberry cultivation). As one of the Agro-tourism that has been established for a long time, The Nickrisnally Strawberry Park Agro-tourism must design a good marketing strategy for business continuity, win competition and optimize limited resources in order to achieve the desired target market. The ultimate goal of the research is to determine the formulation of marketing strategies that can be applied in accordance with the factors that influence marketing at The Nickrisnally Strawberry Park Agrotourism. The research was conducted purposively (Purposive) using a qualitative descriptive approach with the SWOT analysis method, where the data was obtained using the observation method, interviews and questionnaires. The results of the research formulation of strategies that can be applied are the formulation of Aggressive Strategy.

PENDAHULUAN

Sebagai daerah yang budidaya stroberinya sedang berkembang, peluang budidaya stroberi di Kabupaten Kabupaten Rejang Lebong masih amat luas dan menawarkan peluang pasar yang besar. Pemasaran dalam bisnis selalu bersifat dinamis dalam artian selalu terjadi perubahan yang signifikan, sehingga pengelola perlu menerapkan prinsip-prinsip yang baik dan terus berkembang melalui inovasi pemasaran yang berkelanjutan. Seperti yang diungkapkan Mark & Kristanto (2020), mengingat ketatnya persaingan pasar bagi konsumen dan besarnya tantangan dimasa depan, perusahaan perlu memikirkan upaya untuk mempertahankan pangsa pasar dan keberlanjutan bisnis. Agrowisata stroberi terbukti menjadi salah satu inovasi pemasaran stroberi di Kabupaten Rejang Lebong. Agrowisata merupakan wisata yang memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk menikmati wisata sambil belajar tentang pertanian (Lia, 2022). Oleh karena itu, untuk memperluas pasar diperlukan perusahaan agrowisata stroberi yang dapat meningkatkan produksi stroberi.

Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park merupakan salah satu Agrowisata yang sudah cukup lama berdiri di Kabupaten Rejang Lebong, berlokasi di Desa SumberBening Kecamatan SelupuRejang, Kabupaten Rejang Lebong, wilayah Rejang Lebong sendiri merupakan wilayah di Bengkulu yang terkenal dengan produksi buah stroberi sebagai ciri khas oleh-oleh (Cahyomi et al., 2022). Sebagai salah satu Agrowisata yang sudah berdiri selama 4 tahun, Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park tentu sudah mengalami naik turunnya pemasara dan berbagai kendala lainnya di bagian pemasaran. Agrowisata stroberi yang merupakan suatu usaha di bidang wisata dan pertanian tentu tentunya memerlukan strategi pemasaran yang berbeda dibandingkan usaha lainnya. Oleh karena itu, menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran merupakan keharusan bagi Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park agar dapat tetap bertahan dalam persaingan pasar serta menjamin keberlangsungan usaha. Salah satu cara untuk menyusun strategi pemasaran adalah dengan melakukan studi analisis strategi pemasaran yaitu dengan melakukan penelitian tentang analisis strategi pemasaran pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park. Tujuan dari penelitian untuk memperoleh rumusan strategi pemasaran yang dianggap sesuai dengan situasi kondisi pada pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park berdasarkan pada faktor internal serta eksternal yang dimiliki.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian menggunakan pendekatan secara sengaja (*purposive*) pada Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* yang berlokasi pada Desa SumberBening, Kecamatan SelupuRejang, Kabupaten Rejang Lebong. Lokasi ini dipilih karena pertimbangan Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* merupakan agrowisata yang sudah cukup lama berdiri di wilayah ini.

Metode *purposive* dipilih sebagai metode penentuan responden, dimana *Purposive sampling* ialah pemilihan sampel yang dilakukan secara sengaja dimana kelompok sampel yang dipilih mempunyai atribut yang telah ditentukan. Selain itu, karena populasi pengunjung tidak diketahui, maka metode Fishbun digunakan untuk menentukan responden pengunjung. Rumus penentuan responden berdasarkan metode Fishbun dapat dilihat seperti dibawah ini:

$$n = \frac{z^2[p.(1 - p)]}{(MOE)^2}$$

Keterangan :

MOE = Batas toleransi kesalahan sebesar 20%

n = Ukuran sampel penelitian

p = Peluang

z = Nilai total distribusi normal taraf kepercayaan 95%

Hasil penelitian ditentukan melalui pendekatan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*), dimana dari analisis SWOT akan diketahui faktor internal serta eksternal yang berpengaruh terhadap pemasaran pada Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park*. Analisis SWOT akan terdiri dari dua tahapan yaitu: 1. Tahap masukan (*Input Stage*) yang akan mengidentifikasi faktor internal serta eksternal; 2. Tahap Pencocokan (analisis SWOT) yang akan menentukan kemungkinan strategi serta alternative.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan akan diuraikan secara ringkas mengenai berbagai faktor di internal serta eksternal dimana dikelompokkan pada kekuatan kelemahan utama, serta peluang ancaman utama pada Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park*. Dan rumusan strategi apa yang dapat diterapkan pada pemasaran Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park*.

Input

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* terletak di Desa Sumber Bening, desa yang berlokasi di Kabupaten Rejang Lebong. Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* berdiri sejak tahun 2020 namun resmi dibuka pada pertengahan tahun 2021 dengan luas keseluruhan mencapai 5.000 m². Desa Selupu Rejang merupakan desa yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Curup dimana area ini merupakan pusat oleh-oleh stroberi. Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* merupakan wisata berbasis pertanian yang menawarkan pengalaman memetik buah stroberi secara langsung. Kepemilikan dari Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* ini

dimiliki secara probadi oleh Bapak Nicolas yang sekaligus menjabat sebagai manajer utama pada agrowisata.

Analisis Factor Internal dan Eksternal

Tahap awal Penelitian dilakukan dengan mendata mengenai factor lingkungan internal serta lingkungan eksternal yang mempengaruhi pemasaran pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park diperoleh dari observasi lapangan, wawancara dengan berbagai narasumber,, serta pengisian kuesioner oleh ke 29 responden. Faktor internal merupakan faktor yang timbul dari lingkungan pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park, semetara faktor yang timbul dari luar lingkungan pemasaran pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park disebut faktor eksternal. Selanjutnya dilakukan identifikasi faktor yang mewakili kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari lingkungan agrowisata pada internal, dan pada lingkungan eksternal faktor yang mewakili peluang dan ancaman. Setelah dilakukan perhitungan terhadap kuesioner kepuasan pengunjung diperoleh hasil:

1. Lingkungan Internal

Lingkungan internal menjadi pengaruh terhadap pemasaran pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park terdiri dari pelayanan, kualitas buah, fasilitas, promosi, pedagang pengecer, jumlah ketersediaan buah, harga jual buah stroberi, dan harga jual tiket masuk. Faktor-faktor inilah yang akan dikategorikan menjadi factor kekuatan dan kelemahan.

2. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal yang mempengaruhi pemasaran pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park meliputi jarak lokasi dari jalan raya, keadaan jalan, kemampuan mengungguli pesaing, tingkat permintaan, dan selera konsumen. Dari factor-faktor inilah berikutnya akan mengidentifikasi factor yang menjadi peluang dan ancaman dalam pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park

1. Faktor Internal Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park

Hasil dari identifikasi kondisi internal Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park ialah factor yang menjadi kekuatan pemasaran serta kelemahan pada Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park yang terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Faktor Internal

Kekuatan	Kelemahan
Pelayanan	Jumlah ketersediaan buah
Kualitas Buah	Harga buah stroberi
Fasilitas	Harga tiket masuk
Promosi	
Pedagang pengecer	

Sumber: Data Olahan, 2023

2. Faktor Eksternal Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park

Setelah dilakukan penelitian, diketahui bahwa faktor yang dikatakan sebagai peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal seperti pada tabel 2. Berikut :

Tabel 2. Faktor Eksternal

Peluang	Ancaman
Jarak lokasi dari jalan raya Keadaan jalan Kemampuan mengungguli Pesaing agrowisata sejenis Tingkat permintaan	Selera konsumen

Sumber : Data Olahan, 2023

Tahap Analisis Input

1. Matrik IFE (internal faktor evaluation)

Setelah dilakukan analisis Matrik IFE diperoleh nilai total dari bobot sebesar 1,57. Nilai ini menunjukkan bahwa lingkungan internal pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park berada diposisi yang baik serta mampu merespon kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park memiliki 2 kekuatan utama berupa kualitas buah yang baik (0,58) serta fasilitas yang lengkap (0,58). Kelemahan utama dari pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park ialah Mahalnya harga tiket masuk (0,31). Matriks IFE pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks IFE (internal faktor evaluation)

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Skor (bobot x rating)
Kekutaan :			
Pelayanan	0.120	3.83	0.46
Kualitas Buah	0.145	4	0.58
Fasilitas	0.139	4.17	0.58
Promosi	0.126	3.5	0.44
Pedagang pengecer	0.119	3	0.36
Total Kekuatan			2.42
Kelemahan :			
Jumlah ketersediaan buah	0.113	2.33	0.26
Harga buah stroberi	0.113	2.50	0.28
Harga tiket masuk	0.122	2.50	0.31
Total Kelemahan			0.85
Total IFE	1.00		1.57

Sumber : Data Olahan, 2023

2. Matrik EFE (External Faktor Evaluation)

Setelah dilakukan analisis Matriks EFE menghasilkan nilai total bobot sebesar 2,90. Nilai yang menunjukkan bahwa lingkungan eksternal pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park berada di posisi yang kuat, sehingga dapat merespon baik terhadap peluang dan ancaman yang ada. Adapun peluang utama dalam pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park ialah tingginya tingkat permintaan (0,97). Sementara itu ancaman yang dimiliki berupa kurangnya pemenuhan rasa buah stroberi terhadap selera konsumen (0,47). Nilai Matriks EFE seperti pada Tabel 4. berikut

Tabel 4. Matrik EFE (*External Faktor Evaluation*)

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor (bobot x rating)
Peluang :			
Jarak lokasi ke jalan raya	0.20	3.83	0.78
Kondisi jalan	0.23	4	0.92
kemampuan mengungguli pesaing	0.19	3.83	0.74
Tingkat Permintaan	0.22	4.17	0.93
Total Peluang			3.37
Ancaman :			
Selera Konsumen	0.15	3.17	0.47
Total Ancaman			0.47
Total EFE	1.00		2.90

Sumber : Data Olahan, 2023

Tahap Pencocokan

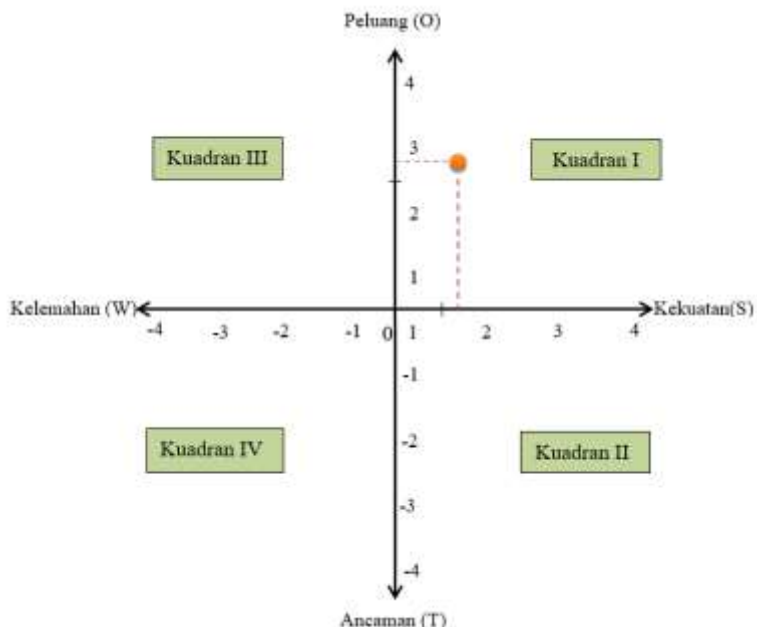
Menghitung selisih antara besar angka kekuatan dan angka kelemahan serta selisih nilai peluang dengan nilai ancaman pada Matriks SWOT menjadi langkah berikutnya yang dilakukan setelah analisis matriks IFE serta EFE . Tahap pencocokan ini bertujuan untuk menentukan posisi sumbu X dan sumbu Y pada diagram SWOT.

Tabel 5. Matriks SWOT

No	Item	Nilai Terbilang	Selisih	Nilai
1	Kekuatan	2.42	1.57	+
2	Kelemahan	0.85		
3	Peluang	3.37	2.90	+
4	Ancaman	0.47		

Sumber : Data Olahan, 2023

Sumbu X didapat dari pengurangan antara nilai factor kekuatan kelemahan, sementara sumbu Y diperoleh dari selisih antara nilai factor peluang ancaman. Merujuk pada data Tabel 5. sebelumnya diperoleh angka nilai sumbu X ialah 1,57 sementara sumbu Y sebesar 2,90, dimana keduanya bernilai positif.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT diatas diketahui bahwa pemasaran Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* berada pada posisi kuadran I (Agresif) yang artinya posisi pemasaran berada di posisi yang menguntungkan. Dari diagram Analisis SWOT dapat tergambar keadaan pemasaran pada Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* memiliki factor kekuatan yang mendominan serta peluang yang kuat. berdasarkan kuadran I strategi yang diterapkan disebut strategi Agresif dengan sel kemungkinan strategi yang digunakan ialah SO (*strength and opportunity*) . Menurut Rangkuti dalam penelitian Sulaiman et al (2017) analisis SWOT pada Strategi SO dapat dilakukan dengan cara menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki dan memberdayakan peluang secara maksimal. Pada strategi SO Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park* harus memanfaatkan peluang untuk mengoptimalkan kekuatan yang ada. Rumusan perkiraan strategi seperti pada Tabel 6 berikut.

Tabel. 6 Sel Kemungkinan Alternatif Strategi Pemasaran Agrowisata *The Nickrisnally Strawberry Park*

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang baik 2. Kualitas buah stroberi yang bagus 3. Fasilitas yang lengkap 4. Promosi tinggi 5. Saluran distribusi yang baik 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan buah siap panen terbatas 2. Harga jual buah stroberi yang mahal 3. Harga tiket masuk yang mahal
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang dekat dengan jalan raya 2. Keadaan jalan yang baik 3. Mampu bersaing 4. Tingginya tingkat permintaan 	<p>S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat produk olahan lanjutan dari buah stroberi(S2, S3, S5,O3, O4) 2. Memperluas jangkauan distribusi buah stroberi, menjalin kerjasama dengan beberapa toko buah di kota-kota (S5, O1, O2, O3) 3. Meningkatkan promosi jumlah <i>followers</i> melalui <i>endorse-endorse</i> serta aktif melakukan update terbaru di akun-akun sosial media (S1, S2, S4, O3, O4) 4. Membuat kerjasama dengan lembaga dengan menawarkan paket pertemuan dengan fasilitas yang lengkap (S1, S3, S4 O1, O3) 	<p>W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah varian harga dengan kualitas buah yang terjamin berkualitas (W1, O1, O4) 2. Beralih pada sistem penanaman menggunakan karung secara keseluruhan (W1, O1, O2, O3) 3. Melakukan penanaman stroberi secara bergilir (W1, O4)
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selera konsumen akibat ketidaktahuan pengunjung tentang kriteria buah siap panen 	<p>S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah pelayanan karyawan untuk memberi Penjelasan cara panen buah yang baik dan benar, (S1, T1) 	<p>W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi harga pada waktu-waktu tertentu (W2, W3, T1) 2. Adanya informasi terkait tingkat kematangan stroberi yang siap panen 3. Menambah varian harga jual buah stroberi dengan menambah penjualan produk berupa gantungan kunci bentuk stroberi atau aksesoris lainnya (W2, W3,) 4. Manajemen penanaman buah stroberi agar dapat mengatur waktu panen buah dan kriteria buah siap panen (W1, T1)

Alternatif Strategi Pemasaran Buah Stroberi Perkebunan Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park

Perumusan alternatif menggunakan strategi analisis SWOT, dimana dilakukan dengan penggabungan diantara faktor yang menjadi kekuatan pemasaran agrowisata, kelemahan pemasaran agrowisata serta faktor peluang ancaman. Setelah mengetahui kondisi pemasaran Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park yaitu pada Kuadran I, didapati pula inti strategi yang akan digunakan berdasarkan kedudukan factor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yaitu menggunakan strategi SO (strength and opportunity). Maka dapat diformulasikan alternatif strategi seperti pada Tabel. 6 di atas yang meliputi :

1. Membuat produk olahan lanjutan dari buah stroberi seperti susu rasa stroberi, kue rasa stroberi, selai stroberi dan produk lainnya. Hal ini selain dapat meningkatkan nilai jual dari buah stroberi, juga dapat memanfaatkan peluang berupa lokasi yang dekat dengan jalan raya dan bagus sehingga memperlancar mobilitas pengunjung maupun penjualan produk.
2. Memperluas jangkauan distribusi pemasaran buah stroberi dengan menjalin kerjasama dengan toko buah di kota/pasar besar hal ini melihat kualitas buah stroberi yang dihasilkan tidak kalah saing dengan buah stroberi dari luar Provinsi Bengkulu, serta jalan yang bagus akan mempermudah mobilitas pendistribusian buah stroberi
3. Meningkatkan aktivitas di sosial media sebagai upaya peningkatan promosi seperti melakukan update terbaru berita tentang Perkebunan Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park pesan atau tulisan rutin, informasi promo, membayar jasa endorse untuk mempromosikan, mention akun-akun sosial media berita seperti Bengkulu Info dan influencer lainnya.
4. Membuat kerjasama bersama lembaga dengan menawarkan paket pertemuan dengan memanfaatkan pelayanan dan fasilitas serta lokasi Perkebunan Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park yang strategis. Pada paket pertemuan Agrowisata menawarkan paket pertemuan dengan menyewakan ruang bersantai pada lantai dua sebagai aula pertemuan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan berupa strategi yang bisa digunakan ialah strategi Agresif dengan 4 alternatif strategi SO berupa membuat produk olahan lanjutan dari komoditas stroberi, memperluas jangkauan distribusi pemasaran produk, mengoptimalkan peran sosial media sebagai media promosi, serta membuat kerjasama bersama berbagai lembaga dengan menawarkan paket-paket pertemuan.

Saran

1. sebelum memproduksi olahan produk lanjutan, Perkebunan Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park melakukan uji pasar terlebih dahulu untuk mengetahui selera dan peluang pasar dari produk lanjutan
2. Pada pendistribusian produk, Perkebunan Agrowisata The Nickrisnally Strawberry Park perlu memperhatikan proses pengemasan agar produk atau buah stroberi tetap segar mengingat sifat komoditas buah stroberi yang tidak tahan lama dan mudah rusak serta kualitas produk tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2022. Produksi Tanaman Buah-buahan. <https://www.bps.go.id/indicator/55/62/1/produksi-tanaman-buah-buahan.html>. [11 November 2023]
- Chumairoh, I. (2018). Strategi Pemasaran Stroberi Pt . Kusuma Satria Dinasastri Wisatajaya (Kusuma Agrowisata) Kota Batu JawaTimur. Skripsi; Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 1–65.
- Faelasofi, R., Arnidha, ., & Istiani, A. (2015). Metode Pembelajaran Mind Mapping untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Matematik Siswa dalam Pemecahan Masalah Matematika. JURNAL E-DuMath, 1(2), 122–136. ejournal.umpri.ac.id/index.php/edumath/article/view/116
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books, 1–327. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). At-Taquaddum, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Jufriansyah, M. (2018). Analisis Faktor-aktor yang Mempengaruhi Pendapatan dan Kelayakan Usaha Agrowisata Strawberry (Fragaria Chiloensis L) Petik Sendiri (Studi Kasus : Kabupaten Karo). Skripsi, 1.
- Lengkong, M. R. (2013). Strategi pemasaran usahatani stroberi organik di kelurahan rurukan i kecamatan tomohon timur. Skripsi UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO.
- Lia, S. (2022). Redesain kawasan agrowisata kebun stroberi di kelurahan pattapang kabupaten gowa. Skripsi Thesis, 8.5.2017, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Mark, K. M., & Kristanto, A. B. (2020). The Effect of Market Competition on Tax Aggressiveness with Management Skills as Moderating Variable. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi), 4(3), 18–36.
- Masduki, M., Abdullah, D., & Rusdiana, A. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil Desa Panjalin Kidul Kecamatan Sumberjaya. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1), 17–21. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i1.1647>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Riski Ageng Cahyomi, Dwita Prisdinawati, & Mira Yanuarti. (2022). Analisis Pemasaran Buah Strawberry Di Kecamatan Danau Mas Harun Bastari Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong. Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman, 1(2), 01–08. <https://doi.org/10.55606/jurrit.v1i2.259>