

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Pengembangan Agrowisata

Tujuan dari setiap proyek pembangunan harus untuk meningkatkan dan memperbaiki apa yang sudah ada. Perbaikan infrastruktur yang ada, serta pembangunan elemen baru, adalah bagian dari pengembangan tujuan wisata. (Heryati, 2019).

Agrowisata adalah jenis ekowisata di mana perusahaan pertanian berfungsi sebagai tempat wisata, menarik pengunjung ke daerah tersebut untuk mengalami budaya lokal serta keindahan alam dan kelimpahan daerah pertanian. Pertumbuhan agrowisata dan keahlian pertanian adalah salah satu hasil yang diinginkan, seperti juga peluang untuk rekreasi dan jaringan. Peningkatan minat masyarakat untuk belajar lebih banyak tentang peran pertanian dalam pariwisata dapat dicapai melalui promosi agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam pemanfaatan lahan. (Andrew.S, Poluan, 2017).

Menurut (Adiputra *et al.*, 2019) Masyarakat secara bertahap mengembangkan agrowisata, yang dilakukan dalam bentuk pelestarian lingkungan dan sumber daya lahan pertanian, sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan dan mengeksplorasi kemungkinan ekonomi. Agrowisata tidak terbatas pada sektor pertanian; Mungkin juga dipromosikan di bidang perkebunan untuk kebaikan masyarakat. Pengunjung ke situs agrowisata dapat mengamati tidak hanya lahan pertanian yang luas, tetapi juga para petani di tempat kerja. Beberapa tujuan agrowisata bahkan menempatkan pengunjung untuk bekerja di pertanian, memberi mereka pengalaman langsung bertani untuk pertama kalinya.

Agrowisata diartikan sebagai "suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan agrobisnis sebagai daya tarik wisata dan bertujuan untuk memperluas pengetahuan, perjalanan, rekreasi, dan hubungan bisnis di bidang pertanian" dalam Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/Kpts/HK/050/4/1989 dan Nomor KM.47/PW. DOW/MPPT/89 tentang koordinasi pengembangan agrowisata.

Potensi ekonomi lokal desa merupakan kriteria pembangunan desa yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas eksistensi manusia, sebagaimana tercantum dalam Pasal 78 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Keberhasilan sebuah kota dapat diukur dengan seberapa baik ia memanfaatkan kekuatan uniknya dan memanfaatkan sumber daya yang sudah ada di sana. Untuk itu, potensi unggul satu desa dapat dikembangkan dengan cara yang berbeda dengan desa lain, seperti dalam kasus agrowisata di Kota Binjai, yang unik di Kabupaten Binjai Utara. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa setiap daerah memiliki karakteristik ekonomi, sosial, budaya, dan geografis yang unik. Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, telah mengidentifikasi pengembangan agrowisata sebagai salah satu kegiatan strategis yang akan dikembangkan dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), serta untuk memperluas peluang usaha dan kesempatan kerja masyarakat di Kota Binjai, serta untuk meningkatkan kesadaran agrowisata di masyarakat luas.

Gumelar S. Sastrayuda *dalam* (Muzha *et al.*, 2004) menjelaskan bahwa pengembangan dan pengelolaan dalam agrowisata, meliputi:

1. Berbasis masyarakat merupakan kegiatan yang berhubungan langsung dengan masyarakat dengan cara masyarakat ikut berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan agrowisata tersebut dan untuk menemukan ide-ide dan karakter yang lebih unik di masyarakat dalam skala yang kecil.

2. Berbasis komunitas merupakan kegiatan yang memiliki peluang yang lebih dalam mengembangkan objek-objek dan atraksi-atraksi wisata yang berskala kecil, selain itu juga dapat dikelola oleh komunitas-komunitas

dan pengusaha-pengusaha lokal yang ingin ikut bergabung dan berpartisipasi dalam proses pengembangan agrowisata.

Menurut Bappenas adapun kriteria dalam pengembangan agrowisata yaitu sebagai berikut:

1. Adanya potensi atau kawasan disektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan
2. Adanya kegiatan masyarakat yang dikesinambungkan oleh kegiatan pertanian dan wisata alam, antara lain kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri perkembangan agrowisata, dan sebaliknya kegiatan yang mendukung berkembangnya sektor pertanian.
3. Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agrowisata, antara lain berbagai kegiatan dan produk wisata yangdikembangkan secara berkelanjutan.

Binjai Utara adalah pusat pertanian terbaik dan, dengan demikian, memiliki potensi untuk diubah menjadi tujuan agrowisata yang menampilkan keindahan alam daerah ini dan menampilkan masakan yang terbuat dari bahan-bahan yang bersumber secara lokal. Mengembangkan agrowisata yang menampilkan kearifan lokal dan budaya dalam memanfaatkan lahan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan juga melestarikan sumber daya lahan dan mempertahankan tradisi lokal sekaligus memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat di pedesaan, terutama mereka yang tinggal di dekat lokasi agrowisata, yang akan mendapat manfaat dari pertumbuhan industri. (Muzha *et al.*, 2004). Maka dari itu salah satu potensi agrowisata yang dimiliki Kota Binjai adalah agrowisata yang berada di Kecamatan Binjai Utara, kawasan agrowisata ini dikelola oleh penduduk setempat secara tradisional dan saling bekerja sama

agar agrowisata tersebut dapat dikenal oleh banyak orang tidak hanya dari Kota Binjai itu sendiri namun dari berbagai kota lainnya.

Potensi dalam pengembangan agrowisata ini merupakan dukungan yang berasal dari diri sendiri baik berupa pikiran, jasa dan lain sebagainya dan partisipasi baik petani maupun masyarakat sekitar sangat dibutuhkan dalam membangun agrowisata.

Agrowisata yang berada di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai merupakan objek wisata yang memanfaatkan potensi pertanian dengan menawarkan pengalaman serta edukasi kepada wisatawan dalam bidang pertanian khususnya pada komoditi padi dan kegiatan pengembangan agrowisata ini merupakan kegiatan yang tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar dilindungi alamnya. Wisatawan yang ingin ikutberpartisipasi dalam agrowisata tersebut diperbolehkan seperti melakukan kegiatan penanaman padi ataupun pada saat pemanenannya namun dengan waktu yang bertepatan.

2.1.2 Minat

Memotivasi seseorang atau kelompok untuk bertindak dengan cara tertentu untuk mencapai serangkaian tujuan yang telah ditentukan adalah contoh minat di tempat kerja. Bunga adalah istilah yang lebih umum yang mencakup proses gerak penuh, dari situasi yang mendorong impuls dan tindakan yang dihasilkan pada individu. (Nurhayati dan Nasution, 2022).

Nuraeni (2014) Kata bahasa Inggris "minat," yang berarti "dorongan untuk berperilaku secara terarah terhadap objek kegiatan atau pengalaman tertentu," adalah sumber istilah "minat untuk mengunjungi lagi," yang menggambarkan motivasi untuk kembali ke tempat yang awalnya menggelitik perhatian pelancong.

Di Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, terdapat kawasan agrowisata yang berkembang dengan baik yang nyaman dan

berlokasi strategis, yang berkontribusi pada popularitas kawasan ini di kalangan wisatawan. Pujiyati dan Sukaatmadja dalam Pratiwi dan Prakosa (2021) mengklaim bahwa teori bunga adalah sumber tujuan revisit.

Membeli kembali suatu barang, memungkinkan Anda untuk mengubah minat Anda untuk berkunjung menjadi minat untuk membeli dalam kategori produk tertentu. Oleh karena itu, jika seorang turis memiliki pengalaman positif dan menyenangkan di objek wisata, ia lebih mungkin untuk mengulangi perilaku wisata itu di masa depan, dan jika mereka memiliki pengalaman negatif dan tidak menyenangkan di lokasi agrowisata, mereka cenderung tidak kembali ke lokasi itu.

Moore *dalam* Azman dan Elsandra (2020) Kepuasan wisatawan selama di sana, adanya motif tertentu dalam memilih lokasi wisata, dan gairah wisatawan terhadap tempat-tempat agrowisata ini menjadi elemen utama yang menentukan apakah mereka akan berwisata ke sana atau tidak. Berapa kali pengunjung ke situs agrowisata telah kembali merupakan indikasi daya tarik yang dimiliki lokasi-lokasi ini bagi wisatawan.

Peningkatan pengunjung berulang ke situs agrowisata dapat dicapai melalui sejumlah cara, termasuk menyediakan infrastruktur yang memadai, menyelenggarakan acara khusus seperti musim tanam dan panen untuk komoditas pertanian yang dipamerkan, dan menyebarkan berita tentang situs tersebut melalui media sosial. Selain itu, keinginan untuk mengunjungi lokasi dengan pengalaman pribadi/ pernah berkunjung sebelumnya, perjalanan berdasarkan informasi yang didapat dari media massa, dan kunjungan wisatawan berdasarkan cerita dari teman atau keluarga semuanya mempengaruhi minat seseorang untuk kembali lagi. (Pratiwi & Prakosa, 2021).

Sangat menantang untuk menentukan dengan tepat apa yang membuat pengunjung kembali ke area agrowisata yang sama, tetapi kunjungan berulang adalah indikator kepuasan yang baik dengan

pengalaman secara keseluruhan. Ini karena wisatawan yang kembali hanya dapat tertarik jika mereka memiliki pengalaman positif di tempat pertama. Adapun indikator yang mempengaruhi minat kunjung kembali wisatawan menurut Zeithaml dan Bitner *dalam* Sopyan (2015) terdiri dari:

1. Adanya keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi agrowisata tersebut.
2. Menceritakan kepuasannya terhadap destinasi yang telah dikunjungi tersebut kepada orang lain.
3. Merekomendasikan/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi.
4. Pengunjung memberikan nilai reputasi yang positif kepada destinasi.
5. Selalu melakukan hubungan sosial yang harmonis dengan pihak pengelola destinasi wisata.
6. Pengunjung berkeinginan untuk memberikan masukan demi perbaikan destinasi wisata di masa depan.

Sementara itu menurut Safari 2003 *dalam* Situmorang (2021)

mengatakan ada tiga indikator minat yaitu sebagai berikut.

1. Perasaan Senang
Perasaan senang adalah seseorang yang suka terhadap sesuatu hal maka akan mempelajari hal itu tersebut dan disenanginya.
2. Keterkaitan
Keterkaitan adalah suatu kegiatan seseorang yang berkaitan dengan daya yang dapat mendorong seseorang agar tertarik terhadap suatu kegiatan yang dilakukan.
3. Keterlibatan
Keterlibatan adalah suatu kegiatan yang mengakibatkan seseorang gembira untuk melakukan kegiatannya sehingga membuat mereka ikut terlibat dalam suatu kegiatan tersebut.

2.1.3 Wisatawan

Wisatawan didefinisikan sebagai mereka yang melakukan pariwisata sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 UU No.10 Tahun

2009. Wisatawan dapat dikategorikan sebagai pengunjung domestik (vishnus) atau internasional (turis), tergantung pada negara asal mereka, dan mereka melakukan perjalanan ke tujuan wisata karena berbagai alasan, termasuk rekreasi, hiburan, pengembangan pribadi, dan belajar tentang keunikan dan atraksi tujuan. (Fikri *et al.*, 2019).

William Tahun: 2016 Berbagai jenis orang mengisi masyarakat, dan masyarakat itu memiliki kecenderungan untuk didukung, dibujuk, dialihkan, dan tidak logis. Untuk memahami preferensi dan minat wisatawan, kita perlu mendapatkan pemahaman mendasar tentang bagaimana masyarakat lokal atau wisatawan berperilaku.

Menurut Oglivie (1997) sebagaimana dikutip dalam Pomantow *et al.* (2022), wisatawan didefinisikan sebagai siapa saja yang (1) bepergian ke lokasi baru kurang dari setahun dan (2) tidak bekerja untuk menghidupi diri sendiri selama mereka tinggal di sana. Hasan (2013) dan Amirullah (2002) membedakan antara faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk membeli atau menggunakan jasa dalam kegiatan agrowisata. Faktor internal meliputi pengetahuan dan pendidikan sebelumnya, kepribadian dan konsep diri, motivasi dan keterlibatan, sikap dan keinginan. (Kalebos, 2016).

Penting untuk memperkenalkan dan tetap di depan calon wisatawan sambil meluncurkan tur baru dan meneliti cara-cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Tingkat kekhasan destinasi, bersama dengan atraksi budaya, merupakan komponen utama dalam memikat pengunjung. Karena jika ada sesuatu yang benar-benar tidak biasa, wisatawan akan lebih cenderung pergi ke sana. Sesuai dengan Pasal 10 UU No. 2009 Istilah "objek wisata" mengacu pada semua berbagai bentuk kekayaan alam dan budaya, serta barang-barang buatan manusia, yang dipasarkan ke, atau dikunjungi oleh, pengunjung. (Kirom *et al.*, 2016). (Pomantow *et al.*, 2022) adapun jenis-jenis dan macam-macam dari wisatawan yang dapat dilihat dari sifat perjalanan dan ruang lingkup, dapat digolongkan sebagai

berikut:

1. Untuk mengidentifikasi wisatawan dari negara lain adalah dengan melihat paspor, visa, dan mata uang mereka. Wisatawan didefinisikan sebagai orang-orang dari negara lain yang melakukan perjalanan ke suatu tujuan untuk tujuan pariwisata.
2. Mereka yang pindah ke luar negeri secara permanen untuk tujuan liburan dikenal sebagai "wisatawan asing domestik." Wisatawan ini adalah warga negara dari negara lain yang sementara melakukan pekerjaan di negara tuan rumah mereka dengan imbalan gaji yang dibayarkan dalam mata uang nasional.
3. Mereka yang bepergian hanya di negara mereka sendiri dianggap sebagai wisatawan domestik.
4. Wisatawan asing pribumi adalah warga negara dari suatu negara yang pernah melayani atau sedang melayani di luar negeri, kemudian melakukan perjalanan kembali ke negara asalnya sebagai turis.
5. Mereka yang mengunjungi suatu negara tetapi hanya dapat berhenti di pusat transit seperti bandara atau stasiun kereta api dianggap "wisatawan transit," menurut definisi
6. Mereka yang bepergian untuk tujuan bisnis melakukannya untuk alasan selain liburan, dan liburan mereka datang hanya setelah tujuan utama mereka terpenuhi.

2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Dalam melakukan pengkajian tentu harus mengetahui gambaran umum tentang keadaan dan latar belakang. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan agrowisata dalam pengkajian ini diambil dari beberapa pengkajian-pengkajian terdahulu dan variabel-variabel yang digunakan yaitu:

1. Sarana dan Prasarana

Spillane (1994) *dalam* Suhartawan (2022), Sarana dan prasarana dapat dianggap sebagai setiap dan semua perusahaan yang dapat menawarkan layanan terbaik kepada pengunjung dalam jumlah

waktu yang wajar. Ketika suatu negara memiliki infrastruktur yang berkembang dengan baik, jauh lebih mudah bagi pengunjung untuk memenuhi permintaan mereka sendiri dan orang-orang dari ekonomi lokal.

Salah satu inisiatif dalam memilih tempat utama untuk agrowisata adalah memastikan memiliki semua infrastruktur yang diperlukan dan nyaman bagi wisatawan. Masyarakat di pedesaan cenderung merasa lebih nyaman dan memiliki kenangan indah sebagai akibat dari melimpahnya komoditas pertanian, keindahan alam, dan kehidupan sehari-hari (Usman et al., 2012). Superstruktur pariwisata tambahan adalah tambahan untuk infrastruktur utama yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan lamanya waktu yang dihabiskan wisatawan di lokasi tertentu. (Abdulahji dan Yusuf, 2016). Sarana dan prasarana yang dibutuhkan di wisata agro sama dengan sarana prasarana yang dibutuhkan di jenis wisata lain, meliputi sarana dan prasarana umum bagi wisatawan meliputi sistem penyediaan air bersih, tenaga listrik, dan jaringan telekomunikasi, dll. Sementara dan sarana akomodasi (hotel, desa wisata, apartemen, villa, dan sebagainya) dan restoran. Namun, terdapat sarana dan prasarana khusus wisata agro yang disesuaikan dengan jenis wisata agro yang terdiri dari wisata agro *scientific*, wisata agro bisnis, wisata agro rekreasi, dan wisata agro budaya (Mpila et al., 2020). Keberagaman daya tarik wisata menjadi faktor pendorong sekaligus penarik bagi pengunjung atau wisatawan untuk berkunjung menyaksikan keunikan- keunikan tersebut. Selain itu, upaya-upaya yang dilakukan untuk mengembangkan atau mengelola daya tarik menjadi lebih baik, ditunjang dengan penyediaan fasilitas pariwisata dan fasilitas penunjang bagi kebutuhan wisatawan selama berada di obyek wisata, kemudahan aksesibilitas layak serta promosi yang tepat (Keliwar dan Nurcahyo, 2015).

2. Aksesibilitas

Terdapat korelasi antara kenyamanan menuju destinasi

agrowisata dengan ketersediaan objek agrowisata. Faktor-faktor yang mempengaruhi aksesibilitas termasuk permukaan berjalan yang mulus dan jalan beraspal. Semua moda angkutan umum dan pribadi, termasuk mobil pribadi, memiliki akses mudah karena kondisi jalan yang sangat baik. Ini berarti bahwa pemandangan yang menarik dapat dilihat dengan cepat dan mudah ditemukan sendiri (Sinuhaji et al., 2021). Aksesibilitas, di sisi lain, adalah ukuran kemudahan atau kesulitan yang dengannya area penggunaan lahan tertentu dapat dicapai oleh sistem jaringan transportasi tertentu. (Oktavianti dan Fadjarwaati, 2021)

(Ulfah *et al.*, 2017) Ini tidak melebih-lebihkan hal-hal untuk mengatakan bahwa kenyamanan akses sangat membantu untuk sampai ke situs agrowisata. Aksesibilitas penginapan dan transportasi sangat penting bagi pertumbuhan industri agrowisata. Keberhasilan ekspansi agrowisata tergantung pada sejumlah faktor, termasuk kesederhanaan memberikan layanan kepada pengunjung dan wisatawan. Peningkatan konektivitas antar wilayah geografis merupakan barang publik yang akan memacu pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Jumlah pilihan transportasi, kualitas jalan, waktu perjalanan, panjang jalan, rambu arah, dan sebagainya semuanya dapat digunakan untuk mengukur aksesibilitas. (Farida, 2013 *dalam* Yusnita, 2019).

Menurut (Sumarabawa *et.al*, 2013 *dalam* Muhammad Arif dan Syam,2017) Kenyamanan mendapatkan ke situs tertentu tergantung pada seberapa baik itu dapat diakses. Efisiensi layanan publik vital kami dengan demikian terkait langsung dengan jaringan jalan kami. Aksesibilitas di tujuan wisata populer akan berperan dalam menentukan berapa banyak orang yang berduyun-duyun ke sana.

3. Atraksi Wisata

Menurut Witt dan Mountinho *dalam* Fitroh, Syakir Kamil Ainul Hamid dan Hakim (2017) Atraksi, kadang-kadang dikenal sebagai tempat wisata, adalah daya tarik utama bagi wisatawan. Atraksi adalah modal utama (sumber daya pariwisata) atau sumber agrowisata, dan

secara luas diyakini bahwa mereka memainkan peran penting dalam mendatangkan pengunjung.

Kekuatan dan karakter atraksi, seperti yang ditunjukkan oleh masuknya pengunjung, dikenal sebagai daya tarik wisata mereka (Suzanti, 2014). Yoeti dalam Bismika et al. (2021) menulis bahwa atraksi bagi wisatawan yang mengunjungi lokasi agrowisata adalah hal-hal yang dapat dilihat atau disaksikan selama pertunjukan yang dirancang untuk pengunjung tersebut.

Wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi lokasi agrowisata ini lagi dan lagi jika menawarkan sesuatu yang tidak bisa mereka dapatkan di tempat lain, seperti ops foto yang menarik dan unik atau diskon khusus untuk pembelian makanan dan minuman. Salah satu cara terpenting bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan mereka dari pungutan daya tarik wisata adalah melalui agrowisata.(Nurwanda, 2020). Kehadiran tempat wisata, infrastruktur, dan aksesibilitas menjadikan agrowisata sebagai industri yang layak. Untuk mendorong pertumbuhan tempat wisata, infrastruktur dan kemudahan akses merupakan komponen penting. Lalu lintas wisatawan dapat ditingkatkan dengan pengelolaan produk ini yang tepat (Sahbania et al., 2022).

Seperti yang disampaikan oleh Fitroh, Syakir Kamil Ainul Hamid, dan Hakim (2017), "tempat wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang memiliki nilai, baik berupa keragaman maupun keunikan, baik dalam kekayaan budaya maupun produk buatan manusia (man made) yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi destinasi wisata untuk dikunjungi."

4. Lingkungan Sosial

Menurut Soejono Soekanto *dalam* Pitoewas (2018), Orang-orang, baik sebagai individu maupun sebagai anggota berbagai kolektif, membentuk apa yang kita sebut "lingkungan sosial." Yang lain dibentuk dan tindakan mereka dipengaruhi oleh orang lain dengan siapa mereka berinteraksi, yang membentuk lingkungan sosial

mereka. Sedangkan lingkungan sosial terkait dengan bagaimana orang-orang di tempat kerja berinteraksi satu sama lain, (Triannah & Sahertian, 2020). Lingkungan sosial yang menyenangkan mendorong komunikasi dan kerja sama di antara para anggotanya.

Salah satu hal yang dapat memotivasi individu atau kelompok untuk mengambil tindakan dan mengubah perilaku mereka adalah konteks di mana mereka menemukan diri mereka sendiri. Karena kehadiran lingkungan sosial yang positif dapat memungkinkan interaksi, maka mencakup manusia lain di sekitarnya, termasuk tetangga, teman, bahkan orang yang belum dikenalnya, seperti melalui media sosial (Sobaya & Hidayanto, 2014).

Menurut Subekti *et al.*, (2015) Perbaikan kelembagaan adalah fokus utama dari konteks sosial. Untuk memajukan dan mempromosikan agrowisata, perlu untuk memperkuat dan melibatkan masyarakat dalam pemberdayaan kelembagaan, dan salah satu metode untuk melakukannya adalah dengan memberikan mereka kebebasan untuk sepenuhnya mengartikulasikan diri dan lingkungan mereka sesuai dengan realitas sosial masyarakat.

Upaya pengembangan agrowisata harus memperhatikan faktor lingkungan dan sosial berbasis masyarakat. Lingkungan sosial masyarakat adalah faktor pendorong dan pengendali. Kehadiran agrowisata di masyarakat menciptakan jenis mobilitas baru yang memiliki efek luas pada banyak aspek kehidupan sosial, terutama di daerah pedesaan di mana kesediaan orang untuk bekerja sama dihargai karena kelangkaan dan kekhasannya. Hasil Pengkajian Terdahulu

Hasil pengkajian terdahulu mengenai Potensi Pengembangan Agrowisata Untuk Meningkatkan Minat Wisatawan Di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai bertujuan untuk memperjelas deskripsi variabel-variabel dan metode yang akan digunakan dalam pengkajian ini, untuk membedakan dan membandingkan antara

pengkajian ini dengan sebelumnya serta mengkaji ulang hasil pengkajian serupa yang pernah dilakukan. Kerja sama diperkuat dan diperkuat sebagai hasil dari meningkatnya peluang keterlibatan sosial yang disediakan oleh agrowisata (Agumdhana dan Suwardji, 2022).

Agrowisata adalah praktik menggunakan sumber daya pertanian untuk tujuan pariwisata, dengan tujuan memaksimalkan manfaat bagi sektor pertanian dan lingkungan alam. Sumber daya alam flora dan fauna serta bentuk geomorfologi berkontribusi pada lingkungan yang menarik yang dapat dihargai karena nilai visual estetikanya (Agumdhana dan Suwardji, 2022).

Tabel 1. Hasil Pengkajian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul	Metode dan Variabel	Hasil Penelitian
1.	Mahendra (2022) Analisis Potensi Agrowisata Distrik Klaurung Kota Sorong	<p>Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Observasi lapangan dan metode analisis data sekunder yang di peroleh dari berbagai instansi yang terkait dalam penelitian ini. Data yang diolah dalam penelitian ini meliputi analisis data sekunder dengan menggunakan teknik skoring serta analisis klasifikasi variabelnya terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas objek wisata 2. Kondisi alam 3. Aksesibilitas 4. Fasilitas penunjang objek 5. Fasilitas pelengkap 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek wisata berpotensi sebagai ekowisata pertama di Kota Sorong. • Aksesibilitas merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kenyamanan dalam bepergian menuju lokasi wisata yang akan dikunjungi. • Peranan indikator fasilitas penunjang objek wisata adalah sarana untuk memudahkan pengunjung menikmati potensi dan daya tarik kawasan agrowisata

Lanjutan Tabel 1. Hasil Pengkajian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul	Metode dan Variabel	Hasil Penelitian
2.	I Gede Adiputra1, Nyoman Suprastha, Thea Herawati R. (2019) Pengembangan Agrowisata Berbasis Tanaman Hias Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat	Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian terdiri atas observasi lapangan, wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah/focus group discussion (FGD), dan metode simak dokumen (content analysis) variabelnya terdiri dari: 1. Aspek SDM (Daya Tarik) 2. Aspek fasilitas, sarana dan prasarana 3. Aspek pemilihan lokasi Karakteristik tradisi	1. Aspek SDM/Daya tarik merupakan variabel yang berpengaruh sekaligus menjadi faktor pendukung dikarenakan hal ini sebagai aktivitas ekonomikreatif untuk mendukung peningkatan pendapatan masyarakat 2. Kebutuhan masyarakat petani untuk mengembangkan agrowisata antara lain adalah kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi berbasis sumber daya pertanian, kebutuhan untuk mengakses informasi, kebutuhan untuk memasarkan produk dan daya tarik wisata
3.	Suwarsito, Aman Suyadi, Astika Nurul Hidayah, Ikhsan Mujahid (2022) Kajian Potensi Pengembangan Agrowisata di Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas	Metode yang digunakan adalah . metode deskriptif kualitatif untuk menjelaskan potensi internal dan eksternal agrowisata di Desa Sambirata. Data penelitian berupa data primer yang diperoleh langsung dari pengamatan di lapangan, variabelnya terdiri dari: 1. Daya tarik wisata 2. Fasilitas wisata 3. Aksesibilitas	1. Daya tarik/Atraksi alam merupakan variabel yang sangat berpengaruh dikarenakan memilikipotensi yang cukup tinggi adanya keunikan obyek wisata alam terdapat pemandangan perbukitan dan persawahan yang mempesona

Lanjutan Tabel 1. Hasil Pengkajian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul	Metode dan Variabel	Hasil Penelitian
4.	Made Prasta Yostitia Pradipta, Enmelia Nadira (2022) Potensi Pengembangan Objek Wisata Air Terjuan Parang Ijo Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data dari penulisan penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi pustaka, variabelnya terdiri dari: 1. Atraksi wisata 2. Fasilitas 3. Aksesibilitas 4. Promosi	1. Semua variabel berpengaruh dimulai dari atraksi wisata , fasilitas, aksesibilitas , dan promosi dikarenakan dianggap penting atau berarti karena dapat memberikan pengaruh atau dampak, dan tidak bisa lepas dari suatu persoalan.
5.	Jalaludin Sayuti, et. al (2022) Konsep dan Strategi Pengembangan Agrowisata Techno Berbasis Masyarakat	Metode yang dilakukanyaitu Observasi wilayah kegiatan, identifikasi permasalahan-permasalahan, dan sosialisasi rekomendasi tersebut kepada para pemangku kepentingan, untuk variabelnya yaitu: 1. Daya tarik 2. Pembentukan kelembagaan 3. Perencanaan dan pengembangan 4. SDM 5. Pemasaran dan promosi	1. Semua variabel berpengaruh dimulai dari Daya tarik , pembentukan kelembagaan , erencanaan dan pengembangan, SDM , dan pemasaran dan promosi dikarenakan dianggap penting atau berarti karena dapat memberikan pengaruh atau dampak, dan tidak bisa lepas dari suatu persoalan. Selain itu terkait dengan pengalaman berkunjung wisatawan, dampak pariwisata terhadap masyarakat, pengelolaan dan dampak lingkungan serta warisan budaya, serta infrastruktur pariwisata

2.2 Kerangka Pikir

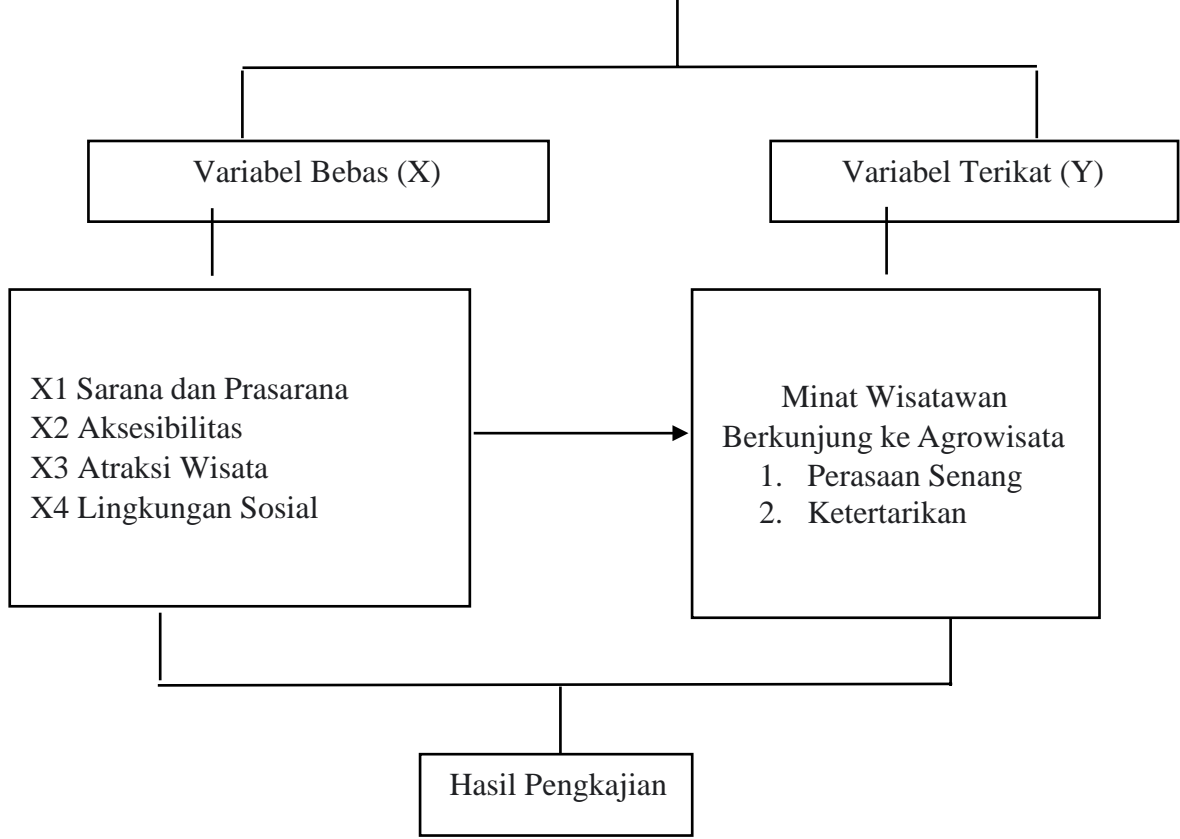
Proses penelitian terkandung dalam kerangka secara sistematis. Premis menyeluruh studi ini dijabarkan secara lengkap dan disajikan secara ringkas dan dapat dimengerti. Struktur ini membantu peneliti dan pembaca dalam mengikuti perkembangan studi dari awal hingga akhir. Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai sudah matang untuk menggali potensi pengembangan agrowisata.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat potensi pengembangan agrowisata untuk meningkatkan minat wisatawan di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai
2. Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi potensi pengembangan agrowisata untuk meningkatkan minat wisatawan di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai

Tujuan

1. Untuk menganalisis tingkat pengembangan agrowisata untuk meningkatkan minat wisatawan di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai
2. Untuk menganalisis faktor-faktor pengembangan agrowisata untuk meningkatkan minat wisatawan di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai



→ : Mempengaruhi

Gambar 1. Kerangka Pikir Potensi Pengembangan Agrowisata

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentatif yang dibuat oleh peneliti mengenai suatu keadaan atau hubungan penilaian berdasarkan sikap yang akan diuji oleh evaluasi yang akan dilakukan. Mengikuti rumusan masalah dan hasil penelitian yang diinginkan, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

1. Diyakini bahwa Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai memiliki potensi pengembangan agrowisata yang rendah untuk mendongkrak minat wisatawan.
2. Potensi pertumbuhan agrowisata di Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, dipengaruhi oleh unsur-unsur seperti sarana dan prasarana kabupaten, aksesibilitas kabupaten, objek wisata kabupaten, dan lingkungan sosial kabupaten.