

Peternakan Kambing untuk Wisata Pendidikan dan Rekreasi: Hibah Pemberdayaan Masyarakat Pemula di El-Farm

Hary Hermawan¹, Amelia Lintang Mahiswara², Fuadi Afif³, Agnestasya Monica Putri Hendrajaya⁴, Pitta Theresya Br. Girsang⁵

¹⁻⁵Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia, email: haryhermawan8@gmail.com



| Informasi artikel | ABSTRAK |
|--|---|
| <p>Sejarah artikel Diterima : 15 Oktober 2023 Revisi : 15 November 2023 Dipublikasikan : 15 Januari 2024</p> <p>Kata kunci: Wisata edukasi Wisata peternakan Wisata rekreatif Peternakan kambing Ekonomi kreatif</p> | <p>Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di El Farm sebagian besar berjalan sesuai rencana. Pemahaman masyarakat terhadap Formulasi dan Pengembangan Produk Wisata Berbasis Peternakan, Penyiapan dan Pengemasan Paket Wisata Edukasi, serta Peningkatan Pemahaman Pemasaran dan Pelayanan Pariwisata terbukti meningkat karena adanya kegiatan pelatihan yang dilanjutkan dengan pendampingan secara intensif. Pencapaian tersebut terlihat dari peningkatan nilai pre-test dan post-test yang melebihi 50%. Uji coba paket wisata juga telah dilakukan dengan mengundang wisatawan antara lain mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA dan dosen dari universitas lain, serta kegiatan uji coba seperti lomba melukis desa dan ceramah di El Farm. Proyek ini mendapat dukungan kuat dari berbagai pemangku kepentingan antara lain Pemerintah Desa, Dinas Pariwisata, Perguruan Tinggi, dan beberapa badan usaha. Sebagai saran untuk kegiatan kedepannya, disarankan untuk terus melanjutkan pendampingan yang lebih intens, termasuk menilai capaian kegiatan dan dampak jangka panjang KKN terhadap mitra.</p> |
| <p>Keywords: Travel education Farm tourism Recreational tourism Goat farming Creative economy</p> | <p>ABSTRACT Goat Farming for Educational and Recreational Tourism Purposes: Grant for Empowering Beginner Communities at El-Farm. The outcomes of the Community Service activity carried out at El Farm mostly went as planned. It has been demonstrated that the community's understanding of Formulation and development of livestock-based tourism products, Preparation and packaging of educational tourism packages, and Enhancement of understanding of marketing and tourism services has improved due to the training activities followed by intensive mentoring. The achievement is visible in the increase in pre-test and post-test scores, which exceeds 50%. Trial runs of tourism packages have also been undertaken by inviting tourists, including Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA students and faculty members from other universities, as well as trial activities such as the village painting competition and a lecture at El Farm. This project has received strong support from various stakeholders, including the Village Government, the Tourism Department, Higher Education Institutions, and several business entities. As a suggestion for future activities, it is suggested that more intense mentorship be continued, including assessing activity accomplishments and the long-term impact of the Community Service Program on partners.</p> |



Pendahuluan

Industri peternakan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mempertahankan ketahanan pangan dan telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, terdapat 16,08 juta peternak di Indonesia, dengan peningkatan sebesar 0,16% dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, produksi daging sapi juga mengalami kenaikan sebesar 4,85% pada tahun 2020 (1).

Meskipun data statistik tersebut menunjukkan pertumbuhan yang positif, terdapat berbagai kendala dalam pengembangan industri peternakan di Indonesia. Beberapa masalah yang dihadapi antara lain: (1) Masalah Kesehatan Hewan: Kesehatan hewan merupakan faktor kunci dalam industri peternakan. Penyakit hewan dan masalah kesehatan seringkali mengganggu produksi dan keberlanjutan industri ini; (2) Ketergantungan pada Pakan Ternak Impor: Industri peternakan di Indonesia seringkali mengandalkan pakan ternak impor, yang membuatnya rentan terhadap fluktuasi harga dan ketersediaan pakan; (3) Perlunya Investasi Peternakan Kecil dan Menengah: Investasi yang lebih besar diperlukan untuk mendukung peternakan kecil dan menengah agar dapat bersaing dan tumbuh; (4) Ketergantungan pada Pihak Lain akibat Modal yang Lemah: Banyak peternak kecil yang kesulitan mengakses modal dan sumber daya yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha mereka (2). Selain itu, eksklusivitas sosial juga menjadi masalah yang berhubungan dengan regulasi tata kelola usaha peternakan. Hal ini dapat menyebabkan ketidaksetaraan akses dan peluang bagi peternak kecil dan menengah (3).

Mengatasi masalah-masalah di industri peternakan memerlukan langkah-langkah inovatif. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah mengubah peternakan menjadi destinasi wisata. Kegiatan peternakan yang menyediakan pengalaman wisata dapat memberikan nilai tambah, meningkatkan pendapatan, dan mendidik masyarakat tentang dunia peternakan.

Wisata peternakan adalah kegiatan yang menarik bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman baru, khususnya mereka yang jarang terlibat dalam aktivitas berternak. Selain itu, wisata peternakan memiliki nilai edukasi yang penting, terutama bagi generasi muda. Pasar potensial untuk wisata peternakan termasuk wisatawan lanjut usia atau calon pensiunan, yang mencari inspirasi untuk mengisi waktu luang pasca-pensiun (3).

Desa Jogotirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata peternakan, terutama peternakan kambing yang diinisiasi oleh peternakan El Farm. Namun, untuk mencapai potensi penuhnya, perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan dalam berbagai aspek, termasuk produk wisata, pengemasan paket, pelayanan, keamanan, dan pelatihan untuk staf yang terlibat dalam wisata peternakan (4).

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara, kami menemukan beberapa permasalahan prioritas mitra di lapangan, antara lain: Mitra belum memiliki konsep kegiatan wisata untuk ditawarkan kepada pasar. Padahal, sudah banyak kunjungan insidental ke lokasi mitra. Sehingga kunjungan belum terkelola dengan baik dan tidak optimal dalam menciptakan kepuasan pengunjung. Bidang masalah pada produksi dan pemasaran IKU PT terkait yaitu IKU 2, 3, dan 5

Mitra belum memiliki paket wisata yang dapat ditawarkan kepada pasar. Padahal, paket wisata dapat menjadi sarana promosi mitra kepada pengunjung. Sehingga, mitra tidak dapat memanfaatkan potensi penjualan produk melalui paket wisata. Bidang masalah pada pemasaran. IKU PT terkait yaitu IKU 2, 3, dan 5.

Mitra belum memiliki penghasilan tetap dari sektor wisata peternakan kambing. Sampai saat ini, penghasilan tetap mitra hanya bersumber dari sektor peternakan. Padahal, mitra memiliki potensi besar untuk mengkomersilkan sektor wisatanya. Sehingga mitra kehilangan potensi wisata peternakan kambing sebagai sumber penghasilan tambahan. Bidang masalah pada produksi dan manajemen usaha. IKU PT terkait yaitu IKU 2, 3, dan 5.

Mitra belum memiliki sumber daya manusia yang kompeten di bidang pariwisata, karena sebagian besar latar belakang mitra adalah seorang peternak murni. Sehingga mitra masih memerlukan peningkatan kapasitas dalam pelayanan prima, pemasaran, dan manajerial. Akibatnya tingkat resiko timbulnya kekecewaan konsumen wisata masih tinggi. Bidang masalah pada produksi, pemasaran, dan manajemen usaha. IKU PT terkait yaitu IKU 2, 3, dan 5

Mengingat beberapa masalah di atas, pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada "Wisata Rekreatif Edukatif berbasis Peternakan Kambing" dapat menjadi langkah cukup relevan serta dinilai memiliki dampak positif pada perkembangan industri peternakan di daerah tersebut, khususnya El-Farm yang menjadi mitra. Kegiatan diharapkan mampu membantu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk wisata peternakan, menciptakan paket wisata yang menarik, meningkatkan pendapatan mitra, dan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yang terlibat dalam industri ini (1).

Fokus kegiatan dalam pengabdian ini adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas produk wisata mitra, meliputi (1) Pembentukan produk wisata unggulan mitra; (2) Penyusunan paket wisata berbasis peternakan kambing; (3) Peningkatan sumber penghasilan mitra dari kegiatan wisata; (4) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia mitra dalam: a) Pelayanan wisata; b) Pemasaran dan manajerial. Bagi dosen dan mahasiswa, kegiatan ini dapat menjadi sarana mewujudkan IKU 2, 3, dan 5.

Adapun tujuan dari pengembangan wisata peternakan adalah meningkatkan nilai tambah dan keunggulan bersaing dari usaha peternakan kambing melalui kegiatan wisata. Sekaligus menjadikan mitra (EL Farm) sebagai alternatif daya tarik wisata alternatif di Desa Wisata Jogotirto selain yang sebelumnya telah ada, seperti daya tarik alam seperti Lava Bantal, Agrowisata Jambu Dalhari, Candi Abang dan sebagainya.

Secara khusus manfaat yang diharapkan dari kegiatan pengabdian Masyarakat ini adalah (1) Membantu menciptakan rekomendasi produk wisata berbasis peternakan bagi mitra; (2) Mewujudkan paket wisata berbasis peternakan kambing; (3) Meningkatkan peluang peningkatan sumber penghasilan mitra melalui kegiatan wisata; (4) Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia mitra dalam: a) Pelayanan wisata; b) Pemasaran dan manajerial.

Metode

Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Peternakan Kambing El Farm, Kalurahan Jogotirto, Kapanewon Berbah, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 1 Oktober sampai dengan 30 Oktober 2023.

Adapun maksud dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan nilai tambah dan keunggulan bersaing dari usaha peternakan kambing melalui penambahan sektor bisnis baru melalui kegiatan wisata. Pengabdian masyarakat ini sekaligus sebagai alternatif daya tarik wisata baru di Desa Wisata Jogotirto selain mengandalkan daya tarik alam seperti Lava Bantal, Agrowisata Jambu Dalhari, Candi Abang, dan sebagainya.

Adapun kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan dengan pendekatan Eksploring, Packaging, Presentation (EPP). Eksploring yaitu upaya menggali potensi daya tarik, potensi SDM, alam dan lainnya termasuk menggali permasalahan mitra di lapangan secara lebih mendalam. Kemudian packaging yaitu mengemas potensi menjadi paket-paket kegiatan wisata yang dapat dinikmati wisatawan sesuai segmen wisata. Presentation yaitu terkait bagaimana produk akan dijual. Selain itu dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini juga akan diberikan pelatihan pemanduan wisata berbasis peternakan.

Adapun strategi pelaksanaannya dengan cara: pencarian data awal di lapangan, perumusan solusi, pelatihan dan fasilitasi sarana pendukung wisata seperti buku panduan dan sebagainya.

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara berkelanjutan dengan menempatkan mitra sebagai laboratorium hidup, serta akan dilaksanakan evaluasi tahunan dari tim pengabdian.

Beberapa program yang kami rancang sesuai dengan solusi permasalahan mitra dan partisipasi mitra dalam setiap program:

Program pembentukan produk wisata unggulan mitra.

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam melakukan observasi dan analisis EPP untuk menciptakan produk-produk wisata yang dapat ditawarkan oleh mitra.

Bidang masalah: produksi dan pemasaran

Partisipasi mitra: mitra secara aktif ikut melakukan observasi untuk menentukan produk- produk wisata yang dapat dibuat.

Program penyusunan paket wisata berbasis peternakan kambing

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam melakukan penyusunan paket wisata berbasis peternakan kambing, termasuk penghitungan biaya dan penentuan harga jual paket.

Bidang masalah: pemasaran

Partisipasi mitra: mitra secara aktif ikut melakukan analisis EPP, penghitungan biaya, dan penentuan harga jual untuk menyusun paket wisata.

Program peningkatan kompetensi sumber daya manusia mitra dalam: a) pelayanan wisata; b) pemasaran dan manajerial.

Melakukan pendampingan kepada mitra melalui keikutsertaan dalam pelatihan terkait pelayanan wisata, pemasaran, dan manajerial. Termasuk pendampingan dalam menyediakan media promosi produk (misal: promosi di media sosial, brosur, booklet wisata, banner, video profil perusahaan, dan lain-lain).

Bidang masalah: produksi, pemasaran, dan manajemen usaha

Partisipasi mitra: mitra secara aktif mengikuti pelatihan dan pendampingan terkait materi pelayanan wisata, pemasaran, dan manajerial.

Adapun maksud dari pengembangan wisata peternakan adalah meningkatkan nilai tambah dan keunggulan bersaing dari usaha peternakan kambing melalui kegiatan wisata. Pengabdian masyarakat ini sekaligus sebagai alternatif daya Tarik wisata baru di Desa Wisata Jogotirto selain mengandalkan daya tarik alam seperti Lava Bantal, Agrowisata Jambu Dalhari, Candi Abang dan sebagainya.

Tim pengabdian sudah memiliki kompetensi sesuai dengan permasalahan mitra. Secara rinci diuraikan sebagai berikut; (1) Hary Hermawan, dosen bidang kompetensi manajemen kepariwisataa (2) Amelia Lintang Mahiswara, dosen bidang kompetensi manajemen kepariwisataan (3) Fuadi Afif, dosen bidang kompetensi pariwisata (4) Agenstasya Monica Putri Hendrajaya, mahasiswa program studi pariwisata (5) Pitta Theresia Br Girsang, mahasiswa program studi pariwisata.

Adapun potensi rekognisi bagi mahasiswa sebanyak 2 SKS pada mata kuliah Ekonomi Pariwisata

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan dan Pengembangan Produk Wisata Unggulan Berbasis Peternakan Kambing

Tujuan utama dari PKM ini adalah untuk membantu mitra peternakan dalam merumuskan dan menciptakan diversifikasi produk wisata unggulan. Diversifikasi produk wisata peternakan bertujuan untuk mengubah produk wisata yang awalnya tidak ada, hanya ada produk peternakan menjadi ada tambahan produk turunan berupa kegiatan wisata edukasi peternakan.



Gambar 1. Ketua Tim PKM Bersama **Andi Irawanto** dari Forum Komunikasi (Forkom) Desa Wisata selaku Narasumber Pelatihan dan Pengembangan Produk Wisata Unggulan Berbasis Peternakan Kambing

Melalui PKM ini, diharapkan akan ada sejumlah manfaat yang dapat diperoleh Mitra, diantaranya; (1) Peningkatan Pendapatan Mitra Peternakan: Mitra peternakan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan ekonomi mereka melalui kegiatan pariwisata; (2) Pengembangan Produk Wisata Lokal: Diversifikasi produk wisata akan membantu daerah ini menjadi lebih menarik bagi wisatawan. Khususnya El Farm yang diharapkan mampu menjadi ikon wisata edukasi pariwisata di Kalurahan Jogotirto; (3) Peningkatan Kesadaran Masyarakat Tentang Pariwisata: PKM ini diharapkan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi pariwisata dan bagaimana mereka dapat terlibat untuk ambil bagian dalam memperoleh manfaat.

Pemberdayaan Masyarakat: Mitra peternakan akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat membantu mereka dalam pengembangan usaha mereka.

Pengabdian masyarakat dalam pembentukan produk wisata unggulan berbasis peternakan adalah langkah yang penting untuk memajukan industri pariwisata dan mendukung perkembangan ekonomi lokal.

Melalui pelatihan diharapkan mampu mewujudkan produk wisata berbasis peternakan yang berkelanjutan dan berdaya saing dapat dikembangkan, serta menciptakan manfaat yang signifikan untuk semua pihak yang terlibat.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini pemateri pelatihan **Edwin Hendra Kusuma** mengajukan konsep pengembangan wisata edukasi berbasis peternakan dengan mengusung Agritourism.

Agritourism adalah adalah satu type experiential travel, yakni perjalanan wisata yang aktifitas tertentu untuk mendapatkan pengalaman yang lebih mendalam daripada sekedar melihat-lihat dan bersantai sepanjang perjalanan. Secara khusus, agritourism adalah experiential travel yang berhubungan dengan agriculture. Jadi Agritourism adalah kegiatan wisata yang melibatkan segala operasi berbasis agriculture atau aktifitas wisata yang melibatkan kedatangan wisatawan ke peternakan dan/atau perkebunan.

Agritourism is bisa menjadi salah satu cara bagi peternak, petani, ataupun pengusaha agriculture lainnya untuk mendapatkan side income Seiring meningkatnya masalah kekeringan dan kompetisi, pengusaha agriculture sering menghadapi risiko kerugian finansial. Agritourism bisa menjadi alternatif untuk mengatasi hal ini, atau bahkan bisa pula menjadi sumber income utama

5 TYPE AGRITOURISM; (1) Direct-To-Consumer Sales Yaitu melakukan pembinaan langsung dari peternakan atau petani contoh pemerah sapi langsung ke peternakan memetik buah sayur langsung pada perkebunan dan sebagainya; (2) Agricultural Education Bisa dikatakan adalah aktifitas

agritourism yang paling umum dilakukan di Indonesia. Kunjungan dari siswa sekolah, studi banding antar institusi, ataupun aktifitas individual traveler untuk mempelajari langsung aktifitas peternakan/perkebunan secara langsung masuk dalam kategori ini; (3) Agricultural Education Bisa dikatakan adalah aktifitas agritourism yang paling umum dilakukan di Indonesia. Kunjungan dari siswa sekolah, studi banding antar institusi, ataupun aktifitas individual traveler untuk mempelajari langsung aktifitas peternakan/perkebunan secara langsung masuk dalam kategori ini; (4) Hospitality Dan ini adalah yang paling penting karna hospitality adalah titik awal aktifitas agritourism yang benar-benar lengkap, di mana didalamnya ada factor-factor akomodasi, kuliner, dan juga aktifitas experiential yang mengkhususkan pada menjalani dan menikmati kehidupan sehari-hari di peternakan/perkebunan. Beliau juga menyampaikan bahwa pembuatan homestay maksimal itu 5 kamar dengan syarat homestay pemilik rumah harus tinggal Bersama, dalam satu rumah bersama pengunjung, untuk menambah paket wisata dapat juga mencantumkan paket wisata aktivitas desa seperti pencari rumput, menanam padi, pemerah susu kambing dll Beliau menyampaikan bahwa mengembangkan paket wisata berdasarkan tema itu adalah seperti yang beliau jelaskan karena menuntut kita untuk lebih kreatif dan interaktif dalam membuat satu paket wisata; (5) Recreational Agritourism lebih menitikberatkan pada sisi rekreasional dalam aktifitas yang dilakukan dalam kunjungan wisata ke sebuah peternakan/perkebunan. Sekedar jalan-jalan (atau berkuda) melihat suasana dan aktifitas perkebunan, ikut menggembala ternak, tanpa harus dibebani studi khusus, masuk dalam kategori ini. Untuk penutup beliau menyampaikan tidak penting mulai dari mana tidak penting mulainya kapan yang penting dimulai.

Sedangkan narasumber ahli kedua **Andi Irawanto** dalam pelatihan lebih menekankan pada eksplorasi potensi wisata desa dengan menjadikan daya peternakan sebagai daya tarik utama.

Wisata desa adalah suatu bentuk integrasi atau perpaduan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang di sajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat, adat istiadat, budaya dan kearifan lokal dalam kehidupan sehari-hari.

Andi Irawanto menyampaikan bahwa peternak kambing itu sangat banyak potensinya dapat dijadikan berbagai macam paket wisata contohnya paket pemerah susu, mencari rumput, memberi makan ternak, mengenal jenis ternak untuk edukasi anak dan lain sebagainya.

Wisata Edukasi terbukti yang paling laku adalah untuk edukasi anak dimana target pasarnya adalah anak yang notabennya adalah anak kota. Selain itu dapat juga menjadi edukasi salah satunya mengajari cara pemerah susu yang benar ini dapat dihargai sekitar Rp 35.000 per anak. Dapat ditambahkan salah satu paket wisata yaitu foto dengan cempok atau anak kambing kira-kira 5.000 per anak. Untuk desa ini sendiri sudah memiliki ahli janur, wayang, batik, dapat dimanfaatkan untuk menjadi paket edukasi lainnya. Pemanfaatan potensi yang ada di desa ini dapat membuat paket wisata wayang-wayangan, keris, janur, dan lain-lain itu dapat dihargai sekitar rp35.000 per anak.

Hal yang wajib ada dalam pengembangan wisata Edukasi Peternakan Kambing di El Farm; (1) Akses, Jalan menuju desa wisata, jarak tempuh, lama perjalanan, moda transportasi; (2) Atraksi, Kesenian, budaya masyarakat, aktivitas masyarakat, home industry, kuliner, kearifan local; (3) Akomodasi, Home stay, aula, joglo, gazebo; (4) Fasilitas Pendukung Tempat parkir, mushola / masjid, toilet, sarana out bound, kuliner / makanan khas, home industry, dan pendukung lainnya

Capaian Keberhasilan Program; (1) Tersusunnya 1 konsep produk dan aktifitas wisata edukasi ternak yang dipahami dan disepekat bersama; (2) Tersusunnya 1 dokumentasi *story telling* wisata ternak; (3) Capaian peningkatan pemahaman peserta dalam hal pengembangan produk wisata berbasis peternakan dan potensi lokal. Capaian tersebut diukur melalui masing-masing lima (5) butir soal (*pre test dan post test*) hasilnya sebesar 56%.

Tabel 1. Hasil Pre Test dan Post Test Pelatihan Pengembangan Produk Wisata Berbasis Peternakan dan Potensi Lokal

| Jumlah Peserta | Nilai Rata-rata Skor Pre Test | Nilai Rata-rata Skor Post Test | Prosesntase Peningkatan Pemahaman |
|----------------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 34 | 1,7 | 4,5 | 56% |

Keterangan:

- a. Jumlah butir soal sebanyak lima (5) soal pre test dan lima (5) soal post test
- b. Kemungkinan nilai minimal jawaban adalah nol (0), nilai maksimal lima (5)

Penyusunan Paket Wisata Berbasis Peternakan Kambing

Peternakan kambing merupakan salah satu sektor pertanian yang potensial di wilayah tertentu. Namun, banyak peternak yang masih mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya. Sebagian besar peternakan kambing hanya beroperasi sebagai Unit Usaha Tani (UUT) dengan penghasilan yang terbatas.



Gambar 2. Edwin Hendra Kusuma dari PT. Angsa Indonesia Tours and Travel selaku \ Narasumber Pelatihan Paket Wisata

Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pendapatan para peternak dan mempromosikan peternakan kambing sebagai destinasi wisata.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap sebagai berikut;

- (1) Identifikasi Potensi Pertama-tama, tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi potensi lokal yang dimiliki oleh wilayah tersebut. Potensi ini mencakup aspek-aspek seperti jumlah peternak kambing, varietas kambing yang ada, lokasi peternakan, dan potensi wisata alam di sekitarnya;
- (2) Pelatihan dan Pembinaan Peternak Dalam tahap ini, tim memberikan pelatihan dan pembinaan kepada peternak kambing dalam hal pemberian pelayanan wisata dengan menggunakan pendekatan pelayanan prim;
- (3) Penyusunan Paket Wisata Berdasarkan hasil identifikasi potensi lokal dan pelatihan peternak, tim mengembangkan paket wisata berbasis peternakan kambing. Paket ini mencakup kunjungan ke peternakan, pengalaman langsung dalam kegiatan peternakan, serta penawaran produk-produk olahan kambing serta integrasi dari titik point wisata ternak El Farm ke beberapa daya tarik lain yang ada di Jogotirto.

Narasumber pelatihan Edwin Hendra Kusuma menyampaikan kepada peserta pelatihan bahwa ada 4 langkah pembuatan paket wisata; (1) Menentukan jenis paket wisata atau menyesuaikan dengan potensi yang dimiliki kampung atau desa wisata dan target pasar; (2) Membuat draft alur aktivitas wisata. Secara garis besarnya digunakan untuk menyusun itinerary; (3) Menyusun Intinerary. Apa itu

intinerary jawabannya adalah sebagai panduan jadwal dan urutan juga sebagai dasar perjanjian dengan cilients; (4) Yang terakhir yaitu menghitung harga paket wisata berdasarkan pada semua komponen yang menjadi bagian dari paket wisata

Selanjutnya narasumber menyampaikan tentang cara menentukan jenis paket wisata; (1) Mengenali potensi wisatanya melihat dari sinergi yang dimiliki, serta mengadakan kerjasama dengan peternak lainnya karena terbatasnya kunjungan peternakan kambing, juga untuk tetap menjaga kualitas dari kambing tersebut agar tidak stress dengan adanya pengunjung yang terlalu banyak; (2) Yang kedua perlu memperhatikan trend terkini untuk menyeimbangi perkembangan zaman sekarang memperhatikan supply dan demand apa yang harus dipersiapkan untuk menciptakan trend baru ide-ide baru yang sesuai dengan potensi yang dimiliki; (3) Yang ketiga yaitu menentukan target pasar yang sesuai dengan El Fam yaitu edukasi, mempelajari ilmu-ilmu kambing, dan sebagainya untuk menambah pengalaman dan pengetahuan pengunjung akan ternak kambing; (4) Beliau juga menyampaikan jika ingin membuat paket wisata jangan berpatok pada objek saja jika pembuatan paket wisata berpatok pada objek saja maka tidak akan berkembang dan akan berputar di lingkup yang sama; (5) Buatlah sebuah paket wisata berdasarkan dengan tema yang anda miliki nah dari tema yang anda miliki akan muncul ide-ide baru dan jenisnya juga lebih bervariasi, contohnya dapat membuat wisata wellness, makanan sehat terbuat dari susu, yoga senam dengan view pedesaan bersama para warga. Untuk pembuatan paket wisata yang akan dibimbing lebih lanjut oleh tim PKM mengingat penyusunan paket wisata yang ideal tidak dapat hanya untuk sekali pertemuan; (6) Selanjutnya, penyusunan paket wisata dilanjutkan oleh tim dengan metode coaching atau pendampingan;

(1) Promosi dan Pemasaran Paket wisata yang telah disusun kemudian dipromosikan dan dipasarkan kepada wisatawan, pada kegiatan PKM ini paket wisata **telah diujicobakan sebanyak 1 kali kepada wisatawan;** (2) Evaluasi Setelah pelaksanaan kegiatan, dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas program ini. Tim akan mengukur sejauh mana pendapatan para peternak meningkat, sejauh mana jumlah kunjungan wisatawan, dan sejauh mana keberlanjutan program ini.

Capaian Keberhasilan Program; (1) Tersusunnya 1 skema rumusan paket wisata berbasis peternakan kambing yang menarik minat wisatawan; (2) Peningkatan peluang pendapatan peternak kambing karena meningkatnya kunjungan wisatawan. **Dalam kegiatan pendampingan tersebut sudah beberapa event dan paket wisata yang diujicobakan kepada wisatawan di El-Farm salah satunya beberapa seminar, kunjungan wisata, dan lomba mewarnai;** (3) Meningkatnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya peternakan kambing dalam pengembangan pariwisata lokal meningkat 75%; (5) Capaian peningkatan pemahaman masyarakat tentang metode penyusunan paket wisata meningkat. Capaian tersebut diukur melalui masing-masing lima (5) butir soal (*pre test dan post test*) hasilnya sebesar 51%.

Tabel 2. Hasil Pre Test dan Post Test Pelatihan Paket Wisata Edukasi

| Jumlah Peserta | Nilai Rata-rata Skor Pre Test | Nilai Rata-rata Skor Post Test | Prosesntase Peningkatan Pemahaman |
|----------------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 34 | 2,0 | 4,6 | 51% |

Keterangan:

- a. Jumlah butir soal sebanyak lima (5) soal pre test dan lima (5) soal post test
- b. Kemungkinan nilai minimal jawaban adalah nol (0), nilai maksimal lima (5)

Kegiatan penyusunan paket wisata berbasis peternakan kambing telah berhasil menciptakan nilai tambah bagi mitra. Program ini membantu peternak meningkatkan pendapatannya dan memberikan alternatif wisata yang menarik bagi wisatawan. Dengan keberlanjutan program ini, diharapkan dapat memberikan dampak positif yang lebih besar bagi pengembangan pariwisata dan pertanian di wilayah ini.

Agar keberlanjutan kegiatan ini dapat tercapai, diperlukan dukungan dari pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat setempat. Peningkatan promosi dan pemasaran paket wisata juga perlu terus

dilakukan untuk mencapai target kunjungan yang lebih tinggi. Selain itu, pengembangan infrastruktur pariwisata dan peternakan kambing juga perlu diperhatikan untuk mendukung pertumbuhan sektor ini.

Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Mitra dalam Pelayanan Wisata dan Pemasaran

Pengabdian masyarakat merupakan suatu bentuk upaya untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar. Dalam PKM ini, tim fokus pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia mitra di bidang pelayanan wisata dan pemasaran.



Gambar 3. **Fian Damasdino** dari Gabungan Industri Pariwisata selaku C. Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Mitra dalam Pelayanan Wisata dan Pemasaran



Gambar 4. Foto Tim PKM Bersama Peserta



Gambar 5. Foto Tim PKM Bersama Peserta

Metode yang digunakan dalam proyek ini mencakup sejumlah kegiatan, antara lain; (1) Identifikasi Kebutuhan: Melakukan survei dan wawancara dengan mitra wisata untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala dalam pelayanan wisata, pemasaran, dan manajerial; (2) Berdasarkan hasil identifikasi dan pretest terlihat bahwa mayoritas peserta belum memahami pelayanan dan pemasaran pariwisata; (3) Pengembangan Program Pelatihan: Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, kami mengembangkan program pelatihan yang mencakup berbagai aspek yang diperlukan, yaitu pelayanan prima dan pemasaran pariwisata berbasis digital; (4) Pelaksanaan Pelatihan: Pelatihan dilakukan dengan melibatkan para ahli di bidangnya dari Gabungan Industri Pariwisata sehingga diharapkan peserta mampu memperoleh wawasan terbaru terkait pelayanan dan pemasaran pariwisata langsung dari praktisi pariwisata; (5) Evaluasi: Melakukan evaluasi sepanjang pelaksanaan pelatihan dan juga setelah pelatihan selesai. Ini melibatkan pengukuran peningkatan kompetensi sumber daya manusia mitra.

Narasumber **Fian Damasdino** dari **Gabungan Industri Pariwisata (GIPI)** menyampaikan bahwa *El Fram* agar sering dikunjungi oleh wisatawan harus dibarengi dengan mengikuti perkembangan promosi saat ini yang semuanya sudah serba online. Narasumber juga menyampaikan bahwa gadget sudah menjadi gaya hidup era sekarang ini, sekitar 200 juta lebih dan 80% penduduk Indonesia menggunakan gadget itu untuk searching atau mencari informasi dll contoh mulai dari tutorial, ilmu pengetahuan, cara memasak, cara pemerah susu kambing yang benar, dan lain-lain sisanya untuk menghabiskan waktu luang seperti mendengarkan music, nonton video, dan lain-lain.

Hal-hal yang perlu diperhatikan saat pembuatan promosi paket wisata; (1) Membuat paket wisata secara online, dapat diakses secara online, memanfaatkan marketplace contoh menjual susu kambing di marketplace online yang selama ini dijualnya langsung ke pabrik-pabrik. Dengan cara ini juga peternakan kambing ini, terkhususnya untuk penjualan susu dapat diakses dan dikenal oleh khalayak luas; (2) Selanjutnya yaitu mengikuti perkembangan zaman dengan memulai mempelajari marketplace marketplace seperti Traveloka, Tik tok, Google maps, Shopee, dan lain-lain yang pertama yang harus dipahami yaitu pembuatan titik lokasi *El Farm* yang spesifik di Google maps; (3) Hal kecil seperti Google maps yang akan sangat berdampak bagi tempat wisata khususnya di *El Fram* yaitu Google review maps yang harus diperhatikan dan admin dari Google maps *El Fram* harus siap selalu untuk menjawab review-review dari para reviewer (4) Penduduk setempat mulai menambahkan foto dan video di Google review untuk menambah kesan positif di Google maps *El Fram* dan dengan adanya pembuatan maps dan Google review di maps sudah menjadi langkah awal personal branding produk dasa ini; (5) Ketiga adalah mulai membangun branding dari produk kita dengan menyertakan logo membuat packaging semenarik mungkin untuk diletakkan di media social. Juga perlu membuat

konten-konten kegiatan edukatif yang ada di El Farm Sudah mulai memikirkan konten promosi paket wisata di media sosial El Farm,

Kreteria konten yang di sarankan itu adalah yang informatif, emosional, interaktif. Konten-konten yang dibuat akan menjadi alasan calon wisatawan untuk berkunjung dan berkunjung kembali ke El Farm Untuk penjualannya sendiri dapat memanfaatkan market place dari Traveloka karna saat ini Traveloka sangat banyak digunakan sebagai referensi berwisata

Juga dapat menyertakan caption yang menarik dan menyertakan hastag terkini.

Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan peningkatan kompetensi sumber daya manusia mitra dalam pelayanan wisata, pemasaran, dan manajerial. Peningkatan kompetensi tersebut terlihat dari beberapa aspek; (1) Peningkatan Kompetensi dalam Pelayanan Wisata: Mitra wisata telah mampu memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat kepada wisatawan; (2) Kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan mengalami peningkatan signifikan Keahlian dalam memberikan pelayanan yang ramah dan profesional semakin terlihat; (3) Peningkatan Kompetensi dalam Pemasaran dan Manajerial; (4) Mitra wisata telah dapat mengelola pemasaran dengan lebih baik, termasuk promosi dan branding dengan memanfaatkan platform digital (5) Capaian peningkatan pemahaman dalam pelayanan dan pemasaran digital meningkat. Capaian tersebut diukur melalui masing-masing lima (5) butir soal (*pre test dan post test*) hasilnya sebesar 51%.

Tabel 3. Hasil Pre Test dan Post Test Pelatihan Pelayanan dan Pemasaran Digital

| Jumlah Peserta | Nilai Rata-rata Skor Pre Test | Nilai Rata-rata Skor Post Test | Prosesntase Peningkatan Pemahaman |
|----------------|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 34 | 2,0 | 4,6 | 51% |

Keterangan:

- a. Jumlah butir soal sebanyak lima (5) soal pre test dan lima (5) soal post test
- b. Kemungkinan nilai minimal jawaban adalah nol (0), nilai maksimal lima (5)

Pembentukan Kelompok Penggiat Wisata (Konco Dolan) Sekaligus Pemberian Seragam guna Meningkatkan Standar Grooming dalam Pelayanan Wisata Edukasi Berbasis PeTernakan Kambing di El-Farm

Inisiasi oleh tim pengabdian sekolah ini telah mengarah pada pembentukan kelompok penggiat wisata (Konco Dolan) yang diharapkan mampu menjadi ujung tombak dalam menyajikan pengalaman wisata edukasi yang berkesan.



Gambar 6. Pemberian Seragam bagi Pelaku Wisata Edukasi

Konco Dolan telah menjalani pelatihan menyeluruh melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang mencakup berbagai aspek, mulai dari keterampilan pembuatan produk wisata, teknik pengemasan paket wisata, pelayanan wisata dan strategi pemasaran. Namun, ada satu aspek yang dianggap krusial untuk meningkatkan standar layanan mereka yaitu *personal grooming*. Untuk mendukung hal ini, tim pengabdian dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA memberikan seragam Pakaian Dinas Lapangan (PDL) berstandar bagi anggota Konco Dolan.

Pemberian seragam PDL bukanlah hal yang sepele. Lebih dari sekadar penampilan, seragam ini **mencerminkan profesionalisme** dan komitmen Konco Dolan dalam **memberikan pelayanan terbaik** kepada para pengunjung. Dengan seragam ini, diharapkan para anggota Konco Dolan akan lebih percaya diri dan memberikan kesan yang lebih seragam, meningkatkan pengalaman wisata bagi para pengunjung.



Gambar 7. Pelaku Wisata Mengenakan Seragam guna Meningkatkan Standar *personal grooming*

Kerjasama antara El Farm dan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA tidak hanya menghasilkan pengelolaan wisata yang lebih baik, tetapi juga menciptakan kesempatan anggota Konco Dolan untuk berkembang dalam industri pariwisata. Dukungan yang mereka terima tidak hanya sebatas pengetahuan, melainkan juga melalui pemberian alat bantu seperti seragam ini yang dapat **meningkatkan citra dan standar pelayanan mereka**.

Saat ini, El Farm menjadi bukti nyata bagaimana pendekatan kolaboratif antara lembaga pendidikan dan industri pariwisata lokal mampu menciptakan perubahan yang berkelanjutan. Inisiatif seperti ini bukan hanya tentang memberi pengetahuan, melainkan membangun fondasi bagi masa depan pariwisata yang lebih berkualitas.

Konco Dolan siap mengemban peran sebagai duta wisata, berpakaian rapi dan seragam, mereka tidak hanya menunjukkan keseragaman, tetapi juga menggambarkan semangat dan komitmen untuk memberikan pengalaman wisata terbaik kepada setiap pengunjung El Farm.

Uji Coba Produk Wisata dan Paket Wisata Edukasi Berbasis Peternakan Kambing serta Inisiasi Event

Melalui pengabdian masyarakat yang telah diinisiasi tim dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, El Farm menjadi sebuah lokasi peternakan yang mengedukasi dan memberikan pengalaman unik tentang peternakan kambing. Melalui Pengabdian Masyarakat ini Tim Bersama El Farm juga telah melakukan **uji coba produk wisata** dan paket edukasi ternak.

Wisata Rekreatif Edukatif yang dirancang bukan hanya tentang mengenali hewan ternak, tetapi juga memahami bagaimana aktivitas peternakan ini memengaruhi lingkungan, cara hidup berkelanjutan, dan pentingnya mempertahankan keberagaman genetik. El Farm. Tim pengabdian bersama El Farm dengan pendekatan inovatifnya, ingin mengajak pengunjung untuk merasakan **pengalaman langsung** dalam merawat, memahami perilaku, dan memahami pentingnya menjaga kesejahteraan hewan.

El Farm telah menguji coba paket wisata yang difokuskan pada pengalaman edukasi peternakan kambing kepada Mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Komunitas Dosen dari Universitas Terbuka, Rombongan Dewan DPRD telah menjadi peserta dalam uji coba ini. Mereka tidak hanya diberikan pengetahuan tentang kambing dan peternakan, tetapi juga terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari di peternakan.





Gambar 8. Uji Coba Paket Wisata Rekreatif Edukatif Peternakan Kambing di El-Farm

Paket wisata ini tidak hanya sekedar menampilkan kehidupan peternakan, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang praktik-praktik berkelanjutan, teknologi yang digunakan dalam peternakan modern, dan bagaimana peternakan dapat berperan dalam kelestarian lingkungan.

Uji coba tidak hanya berhenti pada pengalaman langsung di peternakan. El Farm juga melakukan uji coba dalam hal pelayanan kepada pengunjung. Mereka menyelenggarakan event senam masal dan lomba mewarnai sebagai bagian dari pengalaman wisata. Hal ini memberikan dimensi baru dalam cara pengunjung berinteraksi dengan peternakan. Senam masal tidak hanya memberikan kesempatan untuk bergerak aktif di sekitar peternakan, tetapi juga mengajarkan pentingnya gaya hidup sehat.

Sementara itu, lomba mewarnai bukan hanya sekedar aktivitas untuk anak-anak. Ini merupakan kesempatan bagi pengunjung untuk mengekspresikan pemahaman mereka tentang peternakan dan hewan melalui kreativitas visual.

Uji coba produk wisata dan paket edukasi berbasis peternakan kambing di El Farm menandai langkah inovatif dalam memperluas konsep peternakan dari sekedar tempat produksi hewan ternak menjadi lingkungan belajar dan berbagi pengetahuan. Melalui pengalaman yang menyeluruh dan variasi event, El Farm tidak hanya menawarkan wawasan tentang peternakan kambing, tetapi juga menciptakan momen berkesan dan edukatif bagi setiap pengunjung.

Bantuan Konten Promosi Wisata Edukatif di Instagram

Masalah umum dalam strategi promosi Instagram El Farm adalah kebutuhan akan kreativitas dalam variasi konten promosi yang masih terbatas. Meskipun akun Instagram El Farm (@elfarmjogja) aktif dalam membuat postingan, beberapa kelemahan perlu dicatat.

Dapat dilihat bahwa semua informasi terkandung masih belum terlalu informatif dan spesifik dalam membahas wisata. Informasi tersebut seharusnya ditulis pada bagian caption agar mudah dipahami oleh pembaca. Tampilan Instagram seharusnya menyajikan informasi utama pada caption.

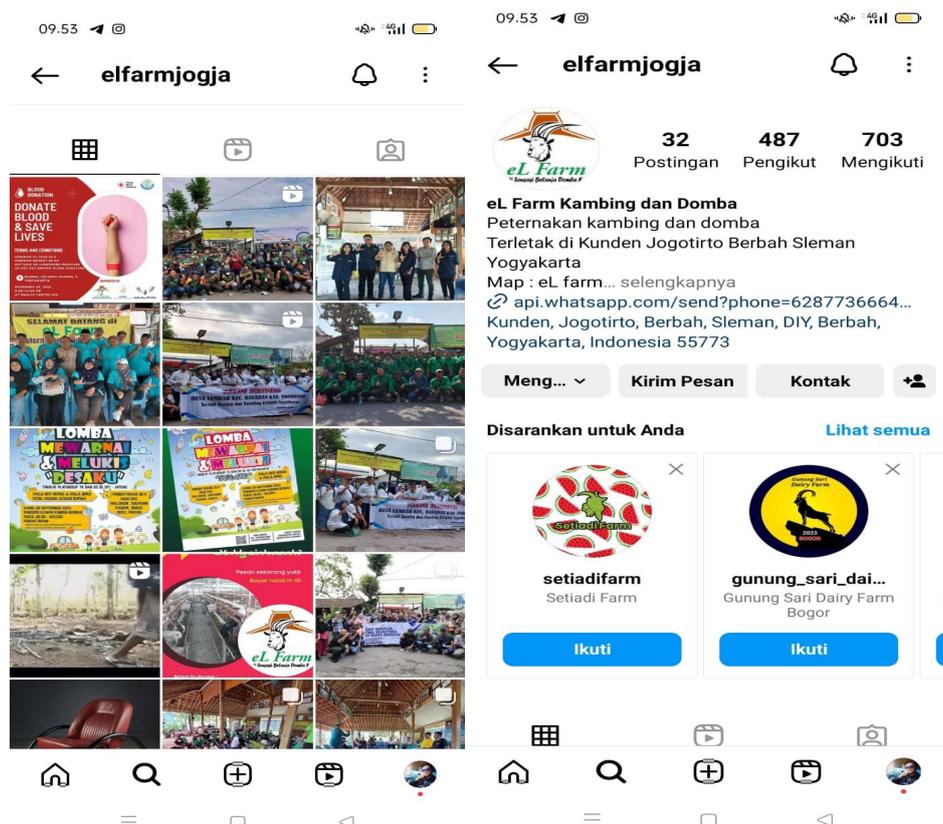
Untuk meningkatkan strategi konten, dapat diterapkan pendekatan umum, seperti:

Strategi Pain, Pleasure, and Promise (3P):

Contoh: "Lagi Patah Hati? Main Yuk ke 10 Candi di Yogyakarta. Dijamin Happy!"

"Sering Panik? Jangan-Jangan Kamu Kurang Piknik. Yuk, Jalan ke 7 Candi di Jogja. Hatimu Pasti Adem"

"WFH Bikin BT? Maen Yuk ke 15 Candi di Yogya yang Pasti Jadi Mood Boostermu"



Gambar 9. Bantuan Konten Instagram El-Farm

Pendekatan ini seringkali digunakan dalam pembuatan judul artikel, memberikan daya tarik dengan menggabungkan rasa sakit, kesenangan, dan janji kepuasan.

Strategy Why and Why (2W):

Contoh: "Pernah Dikunjungi Presiden Jokowi. Ini 10 Candi di Yogyakarta yang Bikin Liburanmu Beda"
 "Ada di IG nya Dian Sastro. Ini 7 Candi di Jogja yang Cocok Buat TikTok."

"Nikolas Saputra Suka Nongkrong di Sana. Ini 15 Candi yang Bikin Gantengmu Nambah"

Pendekatan 2W menekankan pada pertanyaan "Kenapa Saya Harus Percaya?" dan "Kenapa Saya Mesti Kesana?" untuk menciptakan komunikasi persuasif.

Dalam upaya meningkatkan kualitas konten, tim pelaksana bekerja sama dengan konsultan konten untuk menyediakan alternatif postingan selama satu bulan ke depan, bertujuan untuk lebih efektif dalam mempromosikan El Farm kepada followernya Instagram. Konten juga dapat diposting pada media sosial El Farm yang lain seperti facebook, whats app, twitter dan sebagainya.

Tingkat Penerimaan Program Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan pengabdian masyarakat secara keseluruhan kami menyimpulkan bahwa tingkat penerimaan program terlihat cukup baik. Hal ini terlihat dari beberapa aspek berikut; (1) Tingkat kehadiran peserta sesuai target sebanyak 34 peserta pada semua sesi pelatihan; (2) Tingkat antusiasme untuk belajar peserta dalam mengikuti keseluruhan rangkaian program pengabdian masyarakat cukup baik, juga terdapat kenaikan cukup signifikan antara hasil pre test dan post test di atas 50%; (3) Terdapat dukungan positif dari masyarakat dan Pemerintah Kalurahan Jogotirto; (4) Uji coba produk dan paket wisata memperoleh sambutan yang positif dari pasar wisatawan. Beberapa Paket Wisata Laku Terjual (*Pendapatan Mitra Meningkat melalui Wisata*)

Proyek pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak positif pada mitra wisata dalam hal peningkatan kompetensi sumber daya manusia mereka. Peningkatan ini memberikan manfaat tidak hanya bagi mitra wisata tetapi juga bagi perkembangan sektor pariwisata di secara umum di Kalurahan Jogotirto dengan adanya pengembangan paket wisata terintegrasi.

Dengan peningkatan kompetensi ini, mitra wisata dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan dan mengelola usaha wisata mereka dengan lebih efisien.

Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia mitra, kami merencanakan langkah tindak lanjut meliputi; (1) Melakukan pemantauan dan evaluasi berkala untuk memastikan berkelanjutan peningkatan kompetensi; (2) Melakukan program pelatihan lanjutan untuk menjaga kompetensi sumber daya manusia tetap terkini; (3) Mendorong kolaborasi antara mitra wisata dan pemangku kepentingan lain dalam industri pariwisata.

Dengan demikian, proyek ini diharapkan akan memberikan manfaat berkelanjutan dalam meningkatkan sektor pariwisata di wilayah ini dan memperkuat kerjasama antara mitra wisata dan masyarakat setempat.

Simpulan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan tema “Wisata Rekreasi edukatif berbasis peternakan kambing”, yang telah dilaksanakan di El Farm secara umum berjalan cukup lancar sebagaimana yang telah ditargetkan.

Melalui kegiatan pelatihan yang ditindaklanjuti dengan pendampingan secara intensif terbukti telah mampu meningkatkan pemahaman masyarakat dalam hal: (1) Perumusan dan penyusunan produk wisata berbasis peternakan; (2) Penyusunan dan pengemasan paket wisata edukatif; (3) Termasuk peningkatan pemahaman dalam hal pemasaran dan pelayanan jasa wisata. Capaian tersebut terbukti dari adanya peningkatan nilai pre test dan post test yang telah dilakukan dengan capaian kenaikan diatas 50%.

Uji coba paket wisata juga telah dilakukan dengan mengundang wisatawan dari mahasiswa dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Tim Dosen dari Universitas lain, termasuk uji coba event berupa event lomba Lukis desaku, serta event seminar di El Farm.

Dukungan dari berbagai pihak pada kegiatan ini juga cukup baik, diantaranya dukungan dari Pemerintah Desa, Dinas Pariwisata, Perguruan Tinggi, termasuk beberapa pihak swasta.

Adapun saran untuk kegiatan berikutnya adalah tetap dilakukan pendampingan secara lebih intensif termasuk monitoring capaian kegiatan dan dampak kegiatan PKM jangka panjang kepada mitra.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek); Pemerintah Kalurahan Jogotirto; Kelompok KKN STP AMPTA Kalurahan Jogotirto.

Referensi

- Badan Pusat Statistik. Statistik Peternakan 2020. <https://www.bps.go.id/publication/2021/05/28/4916d43bf2dcd1f3f949896/statistik-peternakan-2020.html>. 2021.
- Kementerian Pertanian. Program dan Kebijakan Pertanian 2020. <https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&id=5369>. 2020.
- Sulaeman M. Dampak Eksklusi Sosial dan Model Pemberdayaan Peternak. *Jurnal Sosial Bisnis Peternakan*. 2019 Nov 4;1(1):19.
- Muntaha DA, Suganda D, Hadian MS. Aspek Keselamatan dan Kenyamanan yang Perlu Diperhatikan oleh Enterpreneur dalam Pembuatan Agro Wisata Berbasis Wisata Peternakan. *Tornare*. 2020 Sep 4;2(3):48–50
- Pitana IG, Putu G. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi; 2009.
- Rohman TR, Azizah S. Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Peternakan di Kampung Susu Dinasty Desa Sidem Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan dan Inovasi*. 2009;1(2):65–71.
- Hermawan H, Wijayanti A, Nugroho DS. Loyalty on Ecotourism analysed using the factors of tourist attraction, safety, and amenities, with satisfaction as an intervening variable. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 2019;8(5).