

Wisata Agribisnis sebagai Produk Pengembangan Usaha Intelektual Kampus

Agribusiness Tourism as a Campus Intellectual Business Development Product

¹Hartati, ¹Ahmad Muhlis Nuryadi, ²Herdiyanto Husain

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Muhammadiyah Kendari

Korespondensi: Hartati, hartati@umkendari.ac.id

Naskah Diterima: 19 Juli 2020. Disetujui: 3 Nopember 2022. Disetujui Publikasi: 14 Desember 2022

Abstract. Agribusiness Tourism is a business managed by maximizing tourism-based culinary business activities. The main objective of these community activities is to accelerate the process of developing entrepreneurship oriented to local culinary products. This effort involves students of the Agribusiness Study Program Faculty of Agriculture and Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI). This activity provides experience and job opportunities for students open employment opportunities for the community and provide culinary needs in the form of traditional foods of Southeast Sulawesi (*sinonggi*) and healthy, fresh and delicious seafood for customers. The method of carrying out the activities consists of socializing, training, providing infrastructure and facilities, promotion, and marketing. This activity is carried out in the area of embankments that were previously less productive with relatively low income. The location is in the Poasia District of Kendari, Southeast Sulawesi. To accelerate the process of developing entrepreneurship, the activity is designed by changing a traditional embankment into an agribusiness tourism specific to local culinary tourism by designing a gazebo building as a place to enjoy culinary menu orders. The location has its characteristics with the design of the place based on agribusiness decorated with ornamental plants, pollution-absorbing plants, hydroponic plants, and organic vegetable plants. Visitors can enjoy the natural scenery through the embankment garden design in the form of *selfie* spots for visitors. The results of the implementation of the activity are in the form of a business unit "Culinary Tourism" based on culinary tourism has been opened since June 2019 by providing *sinonggi* menu packages and various seafood products.

Keywords: *Tourism, culinary, sinonggi, campus intellectuals.*

Abstrak. Wisata Agribisnis merupakan usaha yang dikelola dengan memaksimalkan kegiatan bisnis kuliner berbasis wisata. Tujuan utama pelaksanaan kegiatan masyarakat ini adalah mempercepat proses pengembangan kewirausahaan yang berorientasi pada produk kuliner lokal. Usaha ini melibatkan mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Kegiatan ini memberi pengalaman dan kesempatan kerja bagi mahasiswa, membuka lapangan kerja bagi masyarakat serta menyediakan kebutuhan kuliner berupa makanan tradisional khas Sulawesi Tenggara (*sinonggi*) dan sea food yang sehat, segar dan nikmat bagi pelanggan. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari sosialisasi, pelatihan dan penyediaan prasarana dan sarana, promosi serta pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan di areal tambak yang sebelumnya kurang produktif dengan pendapatan yang relatif rendah. Lokasi berada di Kecamatan Poasia Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Hasil pelaksanaan kegiatan ditujukan untuk percepatan proses pengembangan kewirausahaan. Kegiatan di desain dengan mengubah tambak tradisional menjadi sebuah wisata agribisnis spesifik wisata kuliner lokal. Lokasi mempunyai ciri khas

tersendiri dengan desain bangunan gasebo berbasis agribisnis dengan dihiasi tanaman hias, tanaman penyerap polusi, tanaman hidroponik dan tanaman sayuran organik. Pengunjung dapat menikmati pemandangan alam melalui desain taman tambak berupa spot selfi bagi pengunjung. Hasil pelaksanaan kegiatan adalah terbentuk satu unit usaha "Wisata Agribisnis" berbasis wisata kuliner yang telah resmi dibuka sejak juni 2019 sampai sekarang dengan menyediakan produk paket menu sinonggi dan aneka sea food.

Kata Kunci: *Wisata, kuliner, sinonggi, intelektual kampus.*

Pendahuluan

Wisata Agribisnis (WA) sebelumnya merupakan kegiatan budidaya tambak bandeng dan udang yang dikelola secara tradisional. Perairan tambak yang berada di muara Teluk Kendari yang sudah tercemar limbah rumah tangga dan industri menjadikan usaha budidaya kurang produktif. Hasil tambak dipanen sebanyak 2 kali setahun dengan pendapatan yang relatif sangat kecil, hanya dapat digunakan untuk biaya hidup sehari-hari tanpa mampu mengembangkan usaha. Hal tersebut merupakan analisis situasi dari kondisi persoalan mendasar yang dihadapi. Berdasarkan kondisi tersebut maka melalui pengabdian masyarakat ini di buatlah desain Wisata Agribisnis sebagai solusi. WA didesain sebagai kegiatan usaha yang fokus pada bisnis kuliner khas Sulawesi Tenggara dan memadukan unsur seni adalah program kerja yang diabdikan untuk memecahkan persoalan yang dihadapi. Program kerja ini diaplikasikan melalui pengadaan fisik dan non fisik. Kegiatan fisik menyangkut pembuatan dan pengadaan prasarana, sarana dan pembuatan produk. Kegiatan non fisik termasuk pelatihan penentuan menu dan rasa menu, pemasaran dan evaluasi.

Unsur seni merupakan faktor pendukung yang terdiri dari penataan lokasi WA yang di kondisikan dengan lingkungan alam terbuka dengan bangunan gasebo sebagai tempat menjamu tamu pelanggan. Hal ini merupakan bagian dari kehandalan teknologi yang diabdikan dalam desain Wisata Agribisnis. Selain itu desain WA juga di prioritaskan dengan menonjolkan kekayaan, keindahan dan keaslian panorama alam Kota Kendari, yang sangat representatif sebagai pilihan menarik mengunjungi WA. Desain ditata untuk menyenangkan pelanggan sebagai bentuk pelayanan prima. Desain WA juga untuk kenyamanan, keamanan dan kebahagiaan pelanggan dalam menyantap menu kuliner yang nikmat. Kehandalan utama yang menyenangkan adalah adanya satu spot yang indah di pandang yang sering digunakan pengunjung untuk berselfi ria. Tempat ini dinamakan taman selfi WA. Di tempat ini, pelanggan dapat menikmati matahari yang sedang terbenam di sore hari dan matahari dengan hiasan awannya yang cerah di siang hari. Akbar & Pangestuti (2017) menyatakan pada hasil penelitiannya bahwa hal positif dari peran kuliner antara lain pemandangan alam yang indah.

Kehandalan lain WA ada pada pilihan menu favorit. Menu favorit yang ditawarkan pada pelanggan berupa menu paket makanan khas tradisional Sulawesi Tenggara (sinonggi) yang terdiri dari sinonggi, ikan pallumara dan sayur bening yang spesial karena rasanya yang khas WA. Selain menu Sinonggi, menu pilihan yang juga sangat digemari pengunjung adalah menu ikan bakar dan ikan krispi (Zahrulianingdyah, 2018). Kuliner yang berbasis kearifan lokal banyak diminati para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun asing.

Tujuan pelaksanaan kegiatan adalah 1) membuka usaha dengan model desain usaha kuliner bernuansa seni, 2) mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan kerja, Rismiyanto & Danangdjojo (2015) menyatakan bahwa wisata kuliner menyerap tenaga kerja yang semakin meningkat. 3) meningkatkan pendapatan usaha. Zahrulianingdyah (2018) menyatakan usaha kuliner berupa makanan lokal memberi pendapatan bagi pelaku usaha, 4) menambah pendapatan daerah melalui pajak, Sarfiah dkk., (2019) menyatakan bahwa pemerintah selayaknya mendukung terus UMKM melalui penguatan sehingga perannya sebagai

pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal. 5) meningkatkan produktifitas lahan tambak, 6) meningkatkan aset sebagai efek perubahan model usaha, 7) Selain sebagai unit usaha, WA juga berfungsi sebagai tempat praktek dan magang mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian dan mahasiswa Prodi Manajemen FEBI UM Kendari.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Kegiatan Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PUPIK) Wisata Agribisnis berada di Jl. Madusila Anduonohu Poasia Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Waktu pelaksanaan kegiatan telah berjalan selama sekitar tiga tahun, dimulai sejak tahun 2018 sampai tahun 2020. Letak Wisata Agribisnis berada di sekitar pusat perbelanjaan Indogrosir Kendari. Lokasi juga tidak jauh dari Fortune Front One Hotel Kendari dan Pusat Perbelanjaan Toko Bintang Terang sehingga sangat strategis dari sisi lokasi usaha.

Khalayak Sasaran. Khalayak sasaran adalah mahasiswa dan masyarakat umum spesifikasi kebutuhan RM Wisata Agribisnis. Mahasiswa sebagai bagian yang mengambil peran dalam mengisi waktu luangnya serta mahasiswa dari program studi Agribisnis dan Prodi Studi Manajemen yang praktek dan magang. Masyarakat sasaran adalah calon pengunjung dan pekerja yang berminat kuat di bisnis kuliner baik sebagai petugas yang menyiapkan kuliner di rumah produksi maupun yang berminat pada jasa kebersihan dan pekerja kebun.

Metode Pengabdian. Metode kegiatan pengabdian meliputi persiapan, pengadaan prasarana dan sarana, sosialisasi, pelatihan, produksi, promosi, pemasaran produk dan keberhasilan kegiatan.

Indikator Keberhasilan. Indikator keberhasilan didasarkan pada 1) tersedia prasarana dan sarana fisik yang sebelumnya belum ada, 2) terjadi peningkatan dalam jumlah aset, 3) terjadi peningkatan dalam volume produksi, 4) peningkatan jumlah pelanggan, 5) peningkatan jumlah tenaga kerja.

Metode Evaluasi. Untuk mengukur ketercapaian indikator keberhasilan dilakukan analisis dengan menggunakan metode deskriptif.

Hasil dan Pembahasan

A. Persiapan Tambak menjadi Wisata Agribisnis

Tambak sebelum berubah menjadi Wisata Agribisnis merupakan tambak budidaya udang, ikan bandeng dan ikan mujair yang pengelolaannya masih sangat tradisional. Pendapatan yang diperoleh relatif kecil dengan penerapan manajemen yang sangat minim. Gambar areal tambak sebelum berubah menjadi Wisata Agribisnis dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 2. Areal tambak sebelum berubah menjadi WA

Pembangunan fisik jalan menuju Wisata Agribisnis berjarak sekitar 100 m dari arah jalan besar Jl. Madusila Anduonohu Kota Kendari. Jalan menuju Wisata Agribisnis perlu perbaikan agar pelanggan lebih nyaman berkendara. Untuk tempat parkir perlu disediakan. Perbaikan jalan dilakukan dengan penimbunan dengan menggunakan tanah timbunan yang berasal dari Daerah Alolama Kecamatan Mandonga dan tanah berbatu dari Kecamatan Moramo. Pembangunan fisik lainnya adalah pembangunan gasebo di atas lahan tambak untuk mengakomodir keunikan Wisata Agribisnis. Bangunan gasebo terdiri dari dua jenis. Satu gasebo menggunakan kursi duduk dan lainnya sebagai lesehan. Selain gasebo yang dibangun di atas tambak, ada juga gasebo di bangun di atas pematang. Tujuannya untuk memperindah lahan pematang tambak. Proses pembangunan fisik WA dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses pembangunan fisik tempat parkir dan jalan masuk Wisata Agribisnis

B. Prasarana dan Sarana Wisata Agribisnis.

Prasarana yang tersedia di Wisata Agribisnis terdiri dari rumah produksi, gasebo utama (gasebo besar), gasebo kecil, taman selfi, halaman parkir, musholah, toilet. Semua prasarana yang ada di WA menunjang kegiatan usaha. Hasil penelitian Rani (2014) menyatakan bahwa sarana dan prasarana memberi efek jumlah pengunjung tempat wisata. Sarana Wisata Agribisnis merupakan unsur penting dalam operasional kegiatan. Sarana Wisata Agribisnis terdiri dari aneka peralatan dapur, tower, kursi dan meja. Hasil penelitian Hidayat (2011) menyatakan bahwa obyek wisata menyediakan sarana restoran dan penjualan. Adapun prasarana dan sarana di Wisata Agribisnis dapat di lihat seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Prasarana Wisata Agribisnis

C. Sosialisasi dan Pelatihan

Sosialisasi keberadaan Wisata Agribisnis dilaksanakan sejak tahun 2018 sampai sekarang. Hal ini untuk memasyarakatkan keberadaan Wisata Agribisnis. Pelatihan pembuatan menu yang terdapat pada buku daftar menu sudah melalui pelatihan dan praktek berulang kali. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan rasa khas Wisata Agribisnis yang diinginkan. Pelatihan yang dilaksanakan dapat meningkatkan keterampilan pekerja, khususnya pada pekerja bagian pengolahan makanan. Subroto dkk. (2016) menyatakan bahwa dengan pelatihan diharapkan kemampuan karyawan akan semakin meningkat dan menimbulkan dampak harmonisasi suasana kerja antar karyawan dan dengan pemilik perusahaan. Sumber daya yang dibutuhkan di Wisata Agribisnis berbagai macam jenisnya keahliannya, mulai dari tenaga pengolah makanan siap saji sampai tenaga kebersihan. Rismiyanto & Danangdjojo (2015) menyatakan bahwa wisata kuliner berdampak pada peningkatan jenis lapangan kerja. Wisata Agribisnis menerapkan sistem kerja tim, dimana pekerjaan yang dikerjakan pekerja pertama akan dilanjutkan oleh pekerja selanjutnya, sehingga antar pekerja diharapkan terjalin komunikasi yang baik.

D. Produk Wisata Agribisnis

Paket menu sinonggi merupakan menu andalan di WA. Paket menu sinonggi terdiri dari sinonggi, ikan masak dan sayur bening. Sinonggi berbahan baku tepung sagu. Tepung sagu berasal dari sari tanaman sagu lokal yang tumbuh subur di daerah rawa Sulawesi Tenggara. Abidin (2015) menyatakan bahwa produk olahan sagu memberi insentif ekonomi bagi petani dan pelaku usaha. Selain sinonggi sebagai menu andalan WA, ikan bakar dan ikan krispy juga merupakan menu andalan. Hasil penelitian Suharno & Assad (2015) menyatakan bahwa usaha kuliner sinonggi mulai berkembang. Selanjutnya dikatakan bahwa menu lain yang menjadi andalan adalah sari laut. Ikan bakar yang disajikan merupakan ikan segar yang diolah setelah pengunjung memesan menu. Akbar & Pangestuti (2017) menyatakan pada hasil penelitiannya bahwa hal positif dari peran kuliner antara lain terdiri dari rasa makanan yang disajikan dan penggunaan bahan baku yang masih segar.

Sinonggi sangat nikmat dimakan dengan ikan dan sayur bening, namun akan lebih nikmat jika dinikmati dengan menu andalan ikan bakar segar. Ikan dapat di olah dengan bermacam macan rasa, mulai dari olahan segar sampai olahan yang dapat disimpan lama seperti abon ikan yang mempunyai prospek cukup baik untuk dikembangkan. Mahendradatta dkk. (2018) menyatakan bahwa produk usaha ikan abon dapat dikembangkan. Berbagai macam olahan ikan juga dapat menjadi produk unggul yang dapat dikembangkan. Selain olahan ikan segar dan ikan abon, anemon dan olahan tuna juga menjadi salah satu kegiatan yang dapat dikembangkan menjadi unit usaha. Rifa'i dkk. (2018) menyatakan pengembangan anemon dapat menjadi salah usaha kampus yang prospektif melalui pembentukan unit usaha intelektual kampus. Selanjutnya Adhawati dkk. (2018) menyatakan kegiatan pengembangan usaha intelektual kampus menghasilkan usaha olahan *tuna nut cookies* dengan prospek usaha yang sangat baik dan layak untuk dikembangkan. Adapun produk intelektual kampus Wisata Agribisnis dapat dilihat pada Gambar 4.

E. Promosi dan Pemasaran Wisata Agribisnis

Promosi dan pemasaran Wisata Agribisnis dilakukan dengan berbagai cara. Mencetak dan membagi kartu nama, membuat papan nama, mencetak daftar menu makanan dibuat sebagai bentuk promosi dan pemasaran cara manual. Selain itu digunakan juga media promosi online melalui media sosial antara lain WhatsApp,



Gambar 4. Paket Sinonggi, ikan bakar dan udang

Facebook, Instagram dan blog. Suci (2017) menyatakan bahwa UMKM terbatas dalam akses pasar. Putra (2016) menyatakan diperlukan dukungan kepada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), sehingga hasil produksi dari UMKM tidak hanya dipasarkan di pasar lokal tetapi juga diluar daerah dan semakin berkembang. Subroto dkk. (2016) menyatakan bahwa kinerja UMKM masih dapat terus ditingkatkan dengan meningkatkan keempat faktor internal yaitu SDM, keuangan, produksi, dan pemasaran. Menurut Febriyantoro dkk. (2019) pelatihan dapat memberikan pemahaman dan perbaikan karakter bagi pelaku usaha, perbaikan akses permodalan, merencanakan dan mengatur keuangan dengan tepat, pemasaran yang lebih efektif dengan penggunaan sosial media dan iklan berbayar seperti *instagram ads* maupun *facebook ads*. Selanjutnya menurut hasil penelitian Neyhard (2013) menyatakan bahwa strategi pilihan model pemasaran merupakan pendekatan baru pembuat keputusan. Adapun media manual yang digunakan seperti Gambar 5.



Gambar 5. Kartu nama dan daftar menu wisata agribisnis

Selain media manual, digunakan juga media online sebagai sarana pemasaran. Hasil penelitian Sudana (2013) menyatakan bahwa memasarkan paket wisata melalui system penjualan online. Selain itu model pemasaran tradisional melalui sebaran brosur, panflet dan promosi dari mulut ke mulut juga tetap dilakukan. Hasil penelitian Hidayat (2011) menyatakan bahwa obyek wisata menyediakan sarana restoran dan penjualan. Salah satu bentuk media online yang digunakan adalah dengan memuat berita online di Media metrosultra seperti pada Gambar 6.



Gambar 6. Berita wisata agribisnis di media online

F. Keberhasilan Kegiatan

Areal tambak berada di sekitar teluk Kendari. Tambak ini merupakan tambak dengan pengelolaan yang masih sangat tradisional, sehingga saat ini tambak tergolong kurang potensial dan produktif lagi untuk dijadikan lahan budidaya udang dan ikan bandeng semata. Hal ini karena kondisi lahan tambak yang semakin tercemar oleh limbah rumah tangga dan industri Kota Kendari. Atas dasar pertimbangan permasalahan tambak, maka didesain tambak menjadi Wisata Agribisnis. Wisata Agribisnis menangkap 1) peluang usaha dalam menggalakkan kewirausahaan. Mulyana & Yulianto (2018) menyatakan bahwa faktor eksternal berupa peluang (*opportunity*) wisata kuliner adalah Kebiasaan lembaga pendidikan mengadakan study tour, 2) Penggalakan kewirausahaan oleh pemerintah. Program kewirausahaan telah menumbuhkan wirausaha baru dengan usaha kecil yang yang mampu menyerap tenaga kerja dan sebagian dapat bertahan dalam kondisi krisis. Sarfiah dkk. (2019) menyatakan bahwa UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. Walaupun disisi lain UMKM sering dikategorikan sebagai bidang usaha yang lemah permodalan. Suci (2017) menyatakan bahwa dalam merintis suatu usaha, UMKM memiliki titik lemah kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya. 3) Kemudahan media pemasaran melalui internet, 4) Kesan positif dari pengunjung sebelumnya.

Berdasarkan indikator keberhasilan kegiatan, maka diketahui bahwa 1) telah tersedia prasarana dan sarana fisik yang sebelumnya belum ada. 2) terjadi peningkatan dalam jumlah aset. Tambak yang sebelumnya dikelola secara tradisional telah berubah menjadi Wisata Agribisnis sehingga terjadi penambahan asset, 3) terjadi peningkatan dalam volume produksi. Produksi meningkat dengan bertambahnya pelanggan, 4) peningkatan jumlah pelanggan. Promosi yang dilakukan meningkatkan jumlah pelanggan, 5) peningkatan jumlah tenaga kerja. Berhubung volume produksi bertambah sehingga dibutuhkan tambahan jumlah tenaga kerja.

Salah satu keberhasilan kegiatan adalah tersedianya fasilitas berupa prasarana taman selfi yang merupakan tempat yang memberi rasa nyaman dan bahagia dimana pengunjung mengapresiasi kebahagiaannya dengan membuat dokumentasi foto bersama keluarga, teman dan handai taulan. Pengunjung di Wisata Agribisnis terdiri dari group reuni, pegawai berbagai instansi, guru, perbankan, keluarga dan perorangan. Mahagangga dkk. (2013) menyatakan pada hasil penelitiannya bahwa kenyamanan dan keamanan merupakan faktor penting pada usaha wisata. Hartati dkk. (2020) menyatakan bahwa sarana wisata bermanfaat sebagai sarana refreking bagi keluarga. Adapun dokumentasi foto pengunjung di Wisata Agribisnis dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Dokumentasi foto taman selfi dan tanaman organik

Indikator keberhasilan lainnya yang dapat dijadikan ukuran keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini yaitu: 1) munculnya usaha baru yang inovatif (Wisata Agribisnis). Putra (2016) menyatakan bahwa salah satu peran UMKM adalah

munculnya usaha-usaha baru ataupun mengembangkan usaha yang sudah ada serta memunculkan lapangan kerja baru bagi masyarakat. 2) memberi kesempatan pada mahasiswa untuk magang dan memperoleh pendapatan, 3) memberi lapangan kerja. Sarfiah dkk. (2019) menyatakan bahwa UMKM terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. 4) sumber pendapatan daerah melalui pajak yang dibayar Wisata Agribisnis, 5) terjadi peningkatan fungsi tambak dengan adanya usaha kuliner, 6) secara fisik terjadi peningkatan fungsi lahan kurang produktif menjadi produktif dan meningkatkan aset, 7) terjadi peningkatan pendapatan usaha melalui peningkatan produksi dan jumlah pelanggan dan modal usaha. Sarfiah dkk. (2019) menyatakan bahwa UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Selanjutnya Rismiyanto dan Danangdjojo (2015) menyatakan bahwa wisata kuliner memberi dampak positif terhadap perekonomian (pendapatan) masyarakat, 8) mengurangi jumlah pengangguran, peningkatan jumlah tenaga kerja yang bekerja di WA. Sarfiah dkk. (2019) menyatakan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. 9) peningkatan fungsi manajemen 10) memberi kenyamanan dengan pemandangan alam Wisata Agribisnis.

Kesimpulan

Kegiatan Wisata Agribisnis merupakan produk pengabdian kepada masyarakat yang bergerak di bidang jasa kuliner khas Sulawesi Tenggara yang telah beroperasi sejak Juni 2019 sampai sekarang. Beberapa keberhasilan yang telah dicapai adalah 1) telah tersedia prasarana dan sarana fisik 2) terjadi peningkatan dalam jumlah aset, 3) terjadi peningkatan dalam volume produksi, 4) terjadi peningkatan jumlah pelanggan dan 5) terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja. Disisi lain keberadaan Wisata Agribisnis menggerakkan perekonomian melalui pengurangan pengangguran, tersedia lapangan kerja, pembayaran pajak dan penambahan unit usaha dan pendapatan usaha. Keberadaan Wisata Agribisnis juga melestarikan makanan tradisional Sulawesi Tenggara (sinonggi) dan meningkatkan produktivitas lahan tambak.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Ristek dikti yang telah memberikan dana hibah pengabdian kepada masyarakat skim Pusat Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus.

Referensi

- Abidin, Z. 2015. Pengembangan Bioindustri Sagu di Sulawesi Tenggara. *Prosiding Seminar Nasional Ketahanan dan Kedaulatan Pangan Berbasis Sumberdaya Lokal*. ISBN: 978-602-8161-75-6. 12 Januari 2015. Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia. 326-331.
- Adhawati, S.S., Fakhriyah, S., & Suwarni. (2018). Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPMU-PPUPIK): Produk *Tuna Nut Cookies* . <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>. Jurnal Panrita Abdi, 3(1), 61-69
- Akbar, A.T. & Pangestuti, E. (2017). Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*. 50(1), 153-159.
- Febriyantoro, M.T., Harris, I., Sundiman, D., Pradana, M.N.R, & Lestari, E. (2019). Pelatihan Kewirausahaan dan Peningkatan Kualitas Manajemen dan Tata Kelola Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Lingkungan PKK Tiban Global Batam. *Jurnal Abdimas Bsi*. E-ISSN : 2614-6711 271.2(2), 271-279.

- Hartati, Nuryadi, A.M., & Husain. (2020). Model diversifikasi budidaya ikan nila mujair organik sebagai wisata pemancingan di Kota Kendari. Realitas Pangan dan Perkebunan Saat Ini dan Prospeknya menuju Swasembada Berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Pangan dan Perkebunan*. Kendari, 12 Maret 2018. Penerbit: UHO EduPress, Kendari (2020). ISBN 978-623-91098-4-4. DOI <http://dx.doi.org/10.37149/11328>. 31-36.
- Hidayat, M. (2011). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Obyek Wisata (Studi Kasus Pantai Pagandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*. 1(1), 8-12.
- Mahagangga, I.G.A.O., Ariwangsa, I.M.B., & Wulandari, I.G.A.A. (2013) Keamanan dan Kenyamanan Wisatawan di Bali (Kajian Awal Kriminalitas Pariwisata). *Jurnal Analisis Pariwisata*. 13(3), 97-105.
- Mahendradatta, M., Zainal, Suryani, & Asfar, M. (2018). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Maros Melalui Usaha Komersial Abon Ikan Air Tawar. *Jurnal Panrita Abdi*, [Http://Journal.Unhas.Ac.Id/Index.Php/Panritaabdi](http://Journal.Unhas.Ac.Id/Index.Php/Panritaabdi). 2(2), 142-150
- Mulyana, Y. & Yulianto. (2018). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Kalibawang dan Samingaluh Kulonprogo Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* 15(1),1-10.
- Rifa'i, M.A., Syahdan, M., Muzdalifah, & Kudsiah, H. (2018). Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus: Anemon Laut Ornamen. *Jurnal Panrita Abdi*, <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>. 2(1), 40-47
- Rismiyanto, E., & Danangdjojo, T. (2015). Dampak Wisata Kuliner Oleh-oleh Khas Yogyakarta Terhadap Perkonomian Masyarakat. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, 5(1), 46 – 64.
- Sarfiah, S.N, Atmaja, H.E, & Verawati, D.M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *UMKM The Pillar For Economy*. Doi: [Http://Dx.Doi.Org/10.31002/Rep.V4i2.1952](http://Dx.Doi.Org/10.31002/Rep.V4i2.1952). *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. 4(2),137-146.
- Subroto, S., Hapsari, I.M., Astutie, Y.P. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Brebes. *Prosiding SNAPP Sosial, Ekonomi dan Humaniora*. ISSN2089-3590. EISSN 2303-2472. 6(1), 337-344.
- Suci, Y.R. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 6(1), 51-58
- Sudana, I.P. (2013). Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologi di Desa Belimbing Kec. Pupuan Kab. Tabanan. *Jurnal Analisis Pariwisata* 13(1), 11-30.
- Suharno & Asaad, M. (2015). Dinamika Pangan Lokal Berbasis Sagu “Sinonggi“ Di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. *Prosiding Seminar Nasional “Ketahanan dan Kedaulatan Pangan Berbasis Sumberdaya Lokal*. ISBN: 978-602-8161-75-6. 12 Januari 2015, Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia. 226-233.
- Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *Teknobuga*. 6(1):1-9.

Penulis:

Hartati, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari, Kendari.

E-mail: hartati.tati92@gmail.com

Ahmad Muhlis Nuryadi, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah

Kendari, Kendari. E-mail: ahmadmuhlis24@yahoo.co.id

Herdianto Husein, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI),

Universitas Muhammadiyah Kendari, Kendari. E-mail: herdiyanto1479@gmail.com

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Hartati, Nuryadi, A.M., & Husain, H. (2023). Wisata Agribisnis Sebagai Wisata Kuliner Khas Sulawesi Tenggara. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(1), 168-176.

Jurnal Panrita Abdi, Januari 2023, Volume 7, Issue 1.

<http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>