

UMKM BERDAYA BERSAMA DESA WISATA

Tasnim Nikmatullah Realita

Yudhi Anggoro

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi INDOCAKTI

Email:tasnimreaita22@gmail.com

Abstract, Village tourism is an alternative development of tourism areas based on local wisdom, people's lifestyles that have shifted towards building harmony with nature are an excellent momentum to start focusing on developing tourist villages. Hard efforts are needed so that the sustainability of the tourism village as an alternative tourist destination can be maintained without ignoring the preservation of nature and social values as the village's fundamental identity. UMKM is a strategic partner that deals in symbiotic mutualism with the tourism village. So the development of tourist villages can not be separated from putting attention to the existing MSMEs. This paper will discuss the synergy of MSMEs with tourism villages through the study of relevant literature

Keyword: Desa Wisata, UMKM, Synergy, Local Wisdom

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan penyumbang terbesar dalam raihan stabilitas perekonomian. Dalam Mezher, A-Saouda, Al-Ajam (2008), dijelaskan bahwa UMKM berkontribusi dalam perekonomian setidaknya pada 4 hal: kontribusi terhadap GDP, penjualan dan ekspor, kontribusi pada penciptaan lapangan pekerjaan berkontribusi pada inovasi, berkontribusi pada tingkat kompetisi

Di Indonesia terdapat sekitar 58, 91 juta unit usaha mikro, usaha kecil 59.260 unit dan usaha besar 4.987 unit. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) melansir sebanyak 3, 79

juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Pertumbuhan jumlah UMKM tersebut sangat potensial menjadikan UMKM sebagai penggerak utama perekonomian. Namun demikian berbagai permasalahan tampaknya masih perlu menjadi perhatian baik oleh pemerintah, pelaku usaha maupun pihak-pihak lain yang bersentuhan langsung dengan pelaku usaha. Mencermati potensi dan berbagai tantangan yang dihadapi, pemerintah nampaknya harus hadir secara konkrit melalui program-program

yang dapat menstimulasi pertumbuhan dan eksistensi UMKM.

Pembangunan desa menjadi salah satu prioritas Pemerintah saat ini sebagaimana dinyatakan dalam Nawacita ketiga, yaitu “membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka kerja negara kesatuan”. Sebuah fenomena yang memerlukan perhatian dan solusi ketika desa banyak ditinggalkan dan memilih berdesak-desakan di Kota yang kelak justru menghadirkan masalah baru. Untuk itu pemerintah mencanangkan pembangunan dimulai dari pinggiran, dari desa. Program Produk Unggulan Desa (Prukades), program One Village One Product (OVOP), penggelontoran Dana desa dalam jumlah besar merupakan sebagian bentuk atau wujud nawacita tersebut. Fenomena tersebut sejalan dengan Mahmoudi, Haghsetan (2011) dalam kajiannya bahwa penurunan populasi pedesaan dan meningkatnya urbanisasi merupakan akibat dari kemiskinan dan keterbatasan akses terhadap layanan dan sumberdaya. UMKM dan desa semestinya dapat bersinergi menyelesaikan persoalan,

Desa Wisata menjadi trend tersendiri di Indonesia, pertumbuhan desa wisata menjadi angin segar bagi upaya pemberdayaan ekonomi

masyarakat desa. BPS mencatat, pada tahun 2018 terdapat sekitar 1.734 potensi desa / kelurahan wisata. Dari potensi desa wisata, BPS menyebut di wilayah Sumatera terdapat sebanyak 355 desa yang berpotensi menjadi daerah wisata. Sementara untuk Jawa dan Bali mencapai 857 desa, Nusa Tenggara ada 189 desa, dan Kalimantan sebesar 117 desa. Kemudian, potensi di Sulawesi 199 desa wisata, Papua 74 desa wisata, dan Maluku 23 desa wisata.

Terus berkembangnya desa wisata memunculkan harapan bagi masyarakat yang bermukim didalamnya, terutama ketika penghasilan dari sector pertanian mulai mengalami penurunan atau tidak lagi bisa diharapkan konsistensi perolehannya. Tidak semua penduduk desa memiliki lahan pertanian, menjadi buruh bukanlah pilihan terbaik mengingat penghasilan yang belum dapat dikatakan menjanjikan. BPS menyatakan bahwa tingkat pengangguran terbuka nasional tahun 2018 ada di angka 5,34% menurun dari tahun sebelumnya, tetapi di pedesaan, jumlah pengangguran justru meningkat. Peningkatan ini disebabkan jumlah pekerja sector pertanian yang juga menyusut, banyak petani yang ingin memperoleh penghidupan yang layak sehingga meninggalkan aktifitas bertani.

Kawasan pedesaan semakin memperoleh perhatian dari para

pelaku dan penyusun kebijakan kepariwisataan. Struktur budaya yang spesifik dari setiap daerah, kondisi alam, dan kehidupan sosial pedesaan memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan di satu sisi, dan menjadi salah satu sumberdaya dalam upaya pembangunan kawasan pada sisi yang lain (Mostowfi, 2000). Wisata pedesaan merupakan salah satu bentuk pembangunan berkelanjutan melalui peningkatan produktifitas desa, menghasilkan lapangan kerja, distribusi pendapatan, pelestarian lingkungan dan kearifan local, partisipasi masyarakat local serta menghadirkan penyesuaian pemahaman kearifan local dengan isu kekinian (Kanaani, 2005)

Pariwisata berbasis pedesaan merupakan perpaduan antara unsur sosial, ekonomi, struktur budaya, dan sumberdaya manusia dimana diantara factor tersebut terdapat keterkaitan yang cukup kuat. Pembahasan pariwisata berbasis pedesaan merupakan konsep yang cukup kompleks karena melibatkan penyedia layanan dan konsumen serta minat dan harapan masyarakat setempat. Dengan demikian menilai perkembangannya harus dilakukan secara holistic dengan melibatkan semua factor dan keterkaitannya (Streimikiene, Bilan; 2015).

LANDASAN TEORI

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, dijelaskan pengertian UMKM adalah: “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu: UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima dan warteg; UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya. Kemudian Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor. Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan

telah siap untuk bertransformasi menjadi usaha besar

Terdapat enam variabel utama yang membentuk daya saing UMKM suatu provinsi yaitu ketersediaan dan kondisi lingkungan usaha, kemampuan usaha, kebijakan dan infrastruktur, riset dan teknologi, dukungan finansial dan kemitraan, serta variabel kinerja. (Lantu dkk; 2016) Tantangan pertumbuhan UMKM datang dari lingkungan makro dimana digitalisasi pasar semakin tidak terelakkan, perilaku konsumen mulai mengalami pergeseran dari offline menuju online, dari cash society menjadi less cash society. Pelaku usaha harus melek teknologi supaya dapat menjangkau pasar yang lebih luas tidak hanya didalam negeri melainkan juga sampai ke luar negeri.

Secara umum, tantangan yang dihadapi UMKM di Negara-negara berkembang berkaitan dengan pendanaan adalah tingginya biaya administrasi, keengganan perbankan untuk memberikan fasilitas kredit (Govori; 2013). Disamping itu, sebagian besar UKM tidak memperhatikan growth strategy-nya. Seharusnya UKM menggunakan manajemen strategis, baik dalam hal pendekatan yang dilakukan dan implementasi pada praktek. Hal ini karena manajemen strategi digunakan untuk memantau

semua aspek bisnis yang sedang dilakukan. (Namse dan Akpan; 2015).

Sementara kajian kesuksesan bisnis diarahkan pada 2 faktor financial dan non financial. Factor non financial merupakan factor yang dianggap lebih penting. Kepuasan dan pencapaian pribadi, kebanggaan dalam pekerjaan dan gaya hidup yang fleksibel umumnya dipandang lebih berharga dimana factor usia dan karakteristik bisnis turut mempengaruhi pandangan tersebut (Walker and Brown; 2004)

Berkaitan dengan tumbuh pesatnya perkembangan ekosistem digital, Taylor dan Murphy (2004) menyebutkan setidaknya ada 6 faktor penghalang UMKM menjadi Go Digital. (1) pelaku usaha belum menyadari pentingnya penguasaan teknologi, (2) banayak UMKM, jenis usahanya berada pada ceruk pasar yang sempit bahkan hampir local seluruhnya, (3) adanya kekhawatiran tentang keamnan data pribadi ketika menggunakan internet, (4) banyak pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan memadai dibidang IT, (5) persoalan tingginya biaya investasi dan (6) biaya pengembangan yang tinggi.

Desa Wisata

Desa wisata merupakan salah satu bagian dari industry pariwisata yang juga berperan

dalam penyerapan tenaga kerja dan perbaikan kesejahteraan masyarakat desa. Dengan kata lain, dapat menjadi alat yang sangat baik dalam pengembangan sosial ekonomi masyarakat pedesaan sehingga arus urbanisasi dapat dikurangi (Mahmoudi et al, 2011). Berkurangnya sumber penghasilan akibat semakin menyusutnya jenis pekerjaan di desa dan berkurangnya sumber penghasilan dari sector pertanian membutuhkan penyelesaian dalam bentuk pengembangan sumber penghasilan baru, salah satunya adalah pariwisata berbasis lingkungan pedesaan (Sharpley; 2001). Berangkat dari kenyataan tersebut, maka kemudian desa wisata menemukan momentumnya untuk menjadi trend ((Reichel, Lowengart, Milman; 2000)

Beberapa teori pengembangan pariwisata pedesaan mendasarkan pemahamannya pada factor permintaan dan penawaran. Dari segi permintaan, factor yang utama adalah motive konsumen. Dari sisi penawaran, factor penggerak utama adalah ketersediaan sumberdaya dan pendekatan proses dalam pengembangan desa wisata. Proses di sini dimaknai sebagai proses perubahan yang alami (Streimikiene, Bilan; 2015)

Terdapat beberapa factor penting yang mempengaruhi pengembangan pariwisata pedesaan (1) permintaan, ketidak

sesuaian antara ketersediaan barang dan jasa dengan kemampuan keuangan wisatawan, (2) pasokan produk ditentukan oleh ketersediaan sumberdaya alam, manusia dan yang lainnya, (3) lingkungan sekitar, kadangkala rute yang ditawarkan sensitif terhadap pelanggaran, (4) keterbatasan waktu dan sumberdaya lain dari para wisatawan, (5) peraturan kelembagaan berkaitan dengan konservasi alam dan peraturan yang lain, (6) kekhawatiran mengalami gagal ketika menawarkan layanan baru (MacDonald, Jolliffe, 2003).

Pariwisata adalah industri padat karya yang bergantung pada kualitas pelanggan pengalaman layanan dan penilaian konsekuensinya terhadap kepuasan atau ketidakpuasan. Manajemen kualitas layanan dengan demikian sangat penting untuk industry pariwisata (Zehrer; 2009). Berikut adalah 6 prinsip Manajemen layanan : (1) *The profit equation and business logic Customer perceived service quality drives profit* (2) *Decision-making authority Decision-making has to be decentralised as close as possible to the interface between organization and customer* (3) *Organisational focus The organisation has to be structured with the main goal to mobilize resources and support front-line operations* (4) *Supervisory control Managers and supervisors have to*

encourage and support employees (5) Reward system The perceived quality of customers is the basis for the reward system (6) Measurement focus Customer satisfaction with service quality has to be the focus of measurement

(Streimikiene, Bilan ; 2015) menguraikan 7 tahapan dalam model siklus R Butler untuk menjelaskan perkembangan pariwisata; dimulai dari (1) eksplorasi, dimana sebuah lokasi baru saja ditemukan dan sang penemu mengapresiasi keindahan dan budayanya, (2) penyertaan, dimana wisatawan mulai berdatangan walaupun dalam jumlah masih terbatas, tetapi telah cukup untuk mendorong penduduk menyediakan berbagai kebutuhan, (3) merupakan periode dimana jumlah wisatawan meningkat pesat sehingga memancing investor untuk datang dan berpeluang mereduksi peran masyarakat local, (4) jumlah wisatawan masih terus bertambah, mengharuskan pengelola untuk melakukan aktifitas promosi dalam rangka memperluas jangkauan informasi dan menjaga sustainabilitas lokasi, (5) pembaruan, dalam fase ini masih terbuka peluang jumlah wisatawan terus bertambah tetapi tidak menutup kemungkinan mengalami penurunan akibat kejenuhan atau munculnya pesaing, (6) stagnasi, sebuah

tahap dimana jumlah wisatawan yang datang sdh stabil, perkembangannya mempengaruhi karakteristik kualitatif desa dan (7) fase penurunan, dapat terjadi jika pengampu kebijakan tidak segera berinovasi dan memperbaiki layanan. Akan ada destinasi baru yang lebih menarik bagi wisatawan.

Beberapa penulis menyebutkan bahwa kesuksesan pengembangan wisata pedesaan di tentukan oleh rezim pedesaan. Rezim pedesaan berarti semua yang terlibat dalam aktifitas pedesaan dan pemangku kepentingan yang berperan dalam memastikan pembangua desa yang harmonis (Randelli et al., 2012). Selanjutnya keberhasilan pengembangan pariwisata pedesaan bergantung pada seberapa baik pariwisata pedesaan berkembang dan apa manfaatnya bagi masyarakat sekitar (Randelli et al, 2012)

Kemitraan dan networking sangat penting dalam pencapaian tujuan komunitas. Pariwisata berbasis budaya lokal dapat menjadi penanda identitas untuk menunjukkan perbedaan komunitas pedesaan, untuk pendidikan, hiburan atau dalam rangka memperkaya pilihan destinasi untuk wisatawan. Selanjutnya, pengembangan pariwisata berbasis budaya dapat pula memainkan peranan sebagai penggerak perekonomian dalam jangka paendek dan jangka

panjang (MacDonald and Jolliffe; 2003). Dalam studinya di Israel, (Reichel, Lowengart, Milman; 2000) menyatakan bahwa pada akhirnya ketika telah terjadi penurunan pendapatan dari sector agrikultur, pengembangan kawasan wisata pedesaan mulai mengalami peningkatan dan menjadi trend. Di Gambia, Desa wisata juga masih menjadi penggerak utama dalam mengembangkan perekonomian. Tiga strategi utama yang dapat dilakukan untuk memastikan tercapainya harapan wisatawan adalah (1) memenuhi harapan wisatawan, (2) meningkatkan pelayanan dan (3) kombinasi dari keduanya. ((Reichel, Lowengart, Milman; 2000)

Pengelompokan aktifitas dan pertunjukan serta pengembangan rute wisata dapat menstimulasi terbangunnya kerjasama dan kemitraan diantara wilayah setempat. Partisipasi masyarakat secara sungguh-sungguh, dukungan sector public, membuka peluang pengembangan pariwisata pada daerah yang kurang berkembang. (Briedenhann, Wickens; 2002). Pariwisata dapat bersinergi dengan komunitas petani, sinergi tersebut sangat memungkinkan menghasilkan program pariwisata yang berkelanjutan (Knowd;2006).

METODE

Kajian ini dikembangkan melalui studi literature yang relevan dengan tema pembahasan. Sebagai tambahan untuk tujuan penguatan, disajikan pula studi kasus pada Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. Dipilih Desa Wisata Pujon Kidul dengan mempertimbangkan berbagai prestasi yang telah diraih dan melihat keberhasilan pengelolaan BUMDes serta telah terbentuk model sinergi BUMDes dengan UMKM yang potensial menjadi role model bagi daerah lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkembangnya desa wisata yang cukup pesat memunculkan peluang lahirnya UMKM berbasis kawasan wisata. UMKM dan desa wisata pada akhirnya dapat saling mendukung membangun sinergi dan bermitra dalam rangka memastikan sustainability secara bersama. Masing-masing memiliki peran yang tidak bisa dilepaskan satu dengan yang lainnya. UMKM berperan sebagai penyedia produk-produk unggulan berbasis kekayaan alam dan budaya setempat, sementara desa berperan sebagai operator usaha jasa wisata. Penting bagi UMKM membangun sinergi dengan penyedia jasa wisata dan mewujudkannya dalam cetak biru kerjasama dalam rangka memperkuat daya saing jangka panjang (Zehrer; 2009)

UMKM berbasis kawasan wisata merupakan penyedia lapangan pekerjaan bagi sebagian masyarakat setempat. UMKM dapat bersinergi secara harmonis dengan kawasan wisata disebabkan produk yang disediakan merupakan produk yang berakar pada budaya dan kearifan local (Thomas; 2004). SMEs juga merupakan representasi dari kegiatan bisnis pada desa wisata dan berkontribusi secara aktif dalam pengembangan kawasan setempat, sebaliknya, desa wisata memberikan dampak positif bagi kesuksesan bisnis dan membantu dalam mendiversifikasi resiko usaha (Maura and Klujcnikov: 2018)

Banyak desa di berbagai daerah di Indonesia telah berkembang menjadi desa wisata, UMKM disekitarnya sudah pasti memperoleh imbas dari perkembangan tersebut. Sebut contoh Desa Wisata Pujon Kidul, bersama BUMDes, Pujon Kidul telah bertransformasi menjadi desa berdaya, baik masyarakatnya secara individual maupun desa secara kelembagaan. Pujon Kidul adalah sebuah Desa di Wilayah Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur, memiliki wilayah daratan seluas 27 km². Di desa Pujon Kidul terdapat 3 dusun yaitu dusun Maron, Tulungrejo, dan Krajan. Jumlah penduduk desa Pujon Kidul sekitar \pm 4.121 jiwa

dengan kepadatan penduduk 200. Desa Pujon Kidul merupakan salah satu tujuan wisata di Jawa Timur, memiliki potensi wisata yang masih alami yang cocok untuk refreshing dan wisata edukasi.

Dari hasil pengembangan dana desa, peningkatan jumlah kunjungan wisata yang berdampak pada peningkatan pendapatan desa, Desa Pujon Kidul sedikit demi sedikit telah dapat mengatasi berbagai permasalahan desa baik sosial maupun ekonomi. Predikat sebagai Desa wisata juga telah mampu menggerakkan roda perekonomian dan geliat aktifitas usaha masyarakatnya. Meski telah bertransformasi menjadi desa wisata, pujon kidul tidak meninggalkan aktifitas utama, mendasar dan yang telah menjadi warisan budaya yaitu bertani. Namun demikian, bertani saat ini bagi masyarakat setempat selain sebagai rutinitas juga merupakan atraksi wisata yang cukup punya nilai jual. Selanjutnya produk hasil pertanian dapat menjadi komoditi perdagangan dalam konteks desa wisata. Membawa sayur dan hasil pertanian lainnya langsung dari lahannya merupakan kenangan tersendiri bagi wisatawan. Hal ini sejalan dengan Knowd I (2006) bahwa motivasi utama pertanian bersinergi dengan pariwisata adalah keberlanjutan ekonomi.

Terdapat dua mekanisme pengelolaan UMKM Desa

Wisata Pujon Kidul. Yang pertama adalah UMKM yang dikelola oleh BUMDes. UMKM ini berada dibawah kendali manajemen BUMDes. Produk yang disediakan sebagian besar bukan produk jenis konsumsi akhir. Dalam hal ini UMKM BUMDes berperan sebagai pemasok bahan baku untuk UMKM yang memproduksi barang siap konsumsi. Pilihan ini didasarkan pada keinginan untuk melindungi UMKM yang tidak bernaung dibawah Manajemen BUMDes. Sebisanya mungkin diupayakan UMKM yang dikelola oleh BUMDes tidak sampai menjadi competitor.

Mekanisme yang kedua adalah UMKM yang dikelola oleh individu masyarakat. Merupakan bentuk UMKM yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat dengan tetap memperhatikan konsep dasar sesuai arahan desa keuangan sepenuhnya menjadi tanggungjawab dan hak pemilik usaha. Jikalau ada kontribusi untuk desa, tidak ada ketentuan nominal resmi, berdasarkan kesukarelaan pengelola UMKM. Salah satu contoh pengelola UMKM Mandiri adalah Roudh 78 yang focus pada horsing. Roudh 78 bebas menentukan tema spesifik tenannya, menentukan kontribusi masuknya termasuk menyediakan kuliner dalam tenannya. Penghasilan yang diperoleh Roudh 78 per minggu rata-rata sekitar Rp 60 jt

dan akan melonjak sangat drastic ketika terjadi puncak kunjungan pada sekitar libur hari raya idul fitri atau libur tahun baru. Pada musim liburan, pendapatan yang diperoleh dapat mencapai angka miliaran rupiah. Sebuah angka yang fantastis. Tidak ada kewajiban untuk melakukan setoran kepada desa, yang dibebankan hanya pajak usaha yang dibayarkan kepada pemerintah kabupaten.

Keberhasilan pengembangan UMKM di desa wisata Pujon Kidul bukan berarti tanpa kendala. Beberapa hal yang perlu di cermati adalah kondisi jalan yang masih belum memadai, untuk ini pemerintah desa masih terus melakukan negosiasi dengan pemangku desa selaku pemilik jalan yang menjadi jalur keluar masuk wisatawan. Berikutnya adalah perlu pembinaan lebih intensif pada UMKM terutama yang mikro dalam hal kebersihan, kualitas barang yang ditawarkan, dan kerapian display barang, mungkin akan sangat baik jika stand UMKM mandiri mengung tema tertentu dalam mendesain standnya. Atau ditetapkan standar kebersihan dan kerapian yang ketat dan di evaluasi secara berkala dalam rangka meningkatkan kepuasan pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Desa Wisata Pujon Kidul telah membuktikan diri sebagai

desa mandiri. Kepekaan jajaran pemimpin desa terhadap permasalahan sosial ekonomi masyarakat dan langkah inovatif pemerintah desa untuk memaksimalkan potensi desa melalui model kerjasama BUMDes dengan masyarakat dalam hal ini pengelola UMKM, menjadi beberapa factor tercapainya kemandirian desa.

Selama kurun waktu masa pengelolaannya, desa wisata pujon kidul telah melalui berbagai fase atau tahapan perkembangan pariwisata (Streimikiene, Bilan ; 2015). Sinergi BUMDes dengan masyarakat sebagai pemilik UMKM yang terus ditingkatkan menjadi pembuka harapan bagi keberlanjutan perbaikan kondisi ekonomi dan sosial warga desa. Bersamaan dengan terus berkembangnya sector pariwisata desa Pujon Kidul, UMKM pada gilirannya kemudian menemukan pasarnya dan menemukan momentum untuk terus tumbuh dan berkembang.

Saran

Dalam rangka menemukan gambaran pola kerjasama UMKM desa wisata yang lebih komprehensif, penting dilakukan pengamatan terhadap eksistensi UMKM mitra kerjasama dan seberapa lama mereka dapat bertahan dan tetap produktif dalam pola yang sudah dibangun. Kajian ini diperlukan untuk menilai efektifitas pola tersebut dalam upaya perbaikan

kondisi ekonomi dan sosial dalam jangka panjang. Bagaimanapun, sustainability adalah sesuatu yang diharapkan lebih dari sekedar profit.

Direkomendasikan pula untuk menginvestigasi dan menginventarisasi bermacam pola kerjasama pengembangan desa wisata pada berbagai daerah di Indonesia dalam rangka memberikan gambaran kontekstual alternatif pola kerjasama UMKM – Desa. Diharapkan, dengan adanya kajian tersebut, desa-desa lain di Indonesia yang sementara ini masih belum mampu memanfaatkan potensi desanya dapat belajar dan menyesuaikan dengan kondisi desanya. Bagi pemerintah, hasil kajian tersebut dapat menjadi sumber informasi dalam rangka merumuskan kebijakan program pembinaan berkaitan dengan desa dan pemanfaatan potensinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Briedenhann, Wickens (2004) *Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream*. Tourism Management 25 (2004) 71–79
- Buhalis, Peter. (2006) *Tourism management dynamics*, - books.google.com
- Kanaani, E. (2005). *Tourism and impact on rural societies*, Dahati journal, 70,

- Knowd, (2006) *Tourism as a Mechanism for Farm Survival* Published in the Journal of Sustainable Tourism, Vol 14, Number 1, 2006, 24-42
- Mahmoudi, Haghsetan (2011) *Investigation of Obstacles and Strategies of Rural Tourism Development Using SWOT Matrix* Journal of Sustainable Development, Vol. 4, No. 2
- Mostowfi, B. (2000). *Agrotourism and sustainable development, case study: landscape design for Karyak village*, MSc thesis, Environment Faculty of Tehran.170pp
- MacDonald and Jolliffe; (2003) *Cultural Rural Tourism, Evidence from Canada* Annals of Tourism Research, Vol. 30, No. 2, pp. 307–322, 2003
- Mura, L., & Kljucnikov, A. (2018). *Small Businesses in Rural Tourism and Agrotourism: Study from Slovakia*. Economics and Sociology, 11(3), 286-300. doi:10.14254/2071-789X.2018/11-3/17
- Randelli, F., Romei, P., Tortora, M. (2012), *An evolutionary model for the rural tourism study: the Tuscany case*”, Annali del turismo, 1
- Geoprogress Edizioni, Novara, pp.1-20.
- Streimikiene, Bilan (2015) *Review of Rural Tourism Development Theories* guest editorial transformations in business & economics, Vol. 14, No 2 (35), 2 ISSN 1648 – 4460
- Walker and Brown; 2004 International Small Business Journal Copyright © 2004 SAGE Publications London,
- Zehrer, (2009) *Service experience and service design: concepts and application in tourism SME* Managing Service Quality Vol. 19 No. 3, 2009 pp. 332-349 Emerald Group Publishing