

Optimalisasi Desa Wisata Melalui Unit Usaha Jasa Keuangan serta Pemasaran Wisata dan UMKM

¹Muhammad Abdussalam, ²Muhammad Syahrul Kirom, ³Delly Nofiani, ⁴Siti Aminah, ⁵Tryana Hadi Wijaya

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

⁵Program Studi Informatika, Institut Teknologi Garut, Indonesia

19012010061@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Dalam perekonomian desa wisata peningkatan program yang mendukung sangat diperlukan dengan upaya yang bisa menjadikan desa wisata terus berkembang dan juga memiliki daya tarik wisatawan yang tinggi. Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik yang khas (baik berupa daya tarik/keunikan fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan), yang dikelola dan dikemas secara alami dan menarik dengan pengembangan fasilitas pendukung wisata dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana. Melalui unit usaha jasa keuangan akan membantu dalam pengelolaan manajemen keuangan serta pendapatan yang menjanjikan terhadap desa wisata sendiri. Pemasaran wisata dan UMKM menjadi poin penting untuk kemajuan desa wisata, karena dengan baiknya pemasaran maka desa wisata sendiri akan mudah dikenal oleh orang banyak dan menjadi daya tarik yang bisa meningkatkan perekonomian desa wisata. Penulis menggunakan jenis metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif langsung berinteraksi dengan objek fenomena yang terjadi melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Dengan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi maka peningkatan perekonomian desa wisata melalui unit usaha jasa keuangan serta pemasaran wisata dan UMKM disajikan dengan data-data melalui pengabdian kepada masyarakat desa wisata.

Kata kunci: Desa wisata; jasa keuangan; pemasaran.

Abstract

In the tourism village economy, an increase in supporting programs is needed with efforts that can make the tourist village continue to develop and also have a high tourist attraction. A tourist village is a rural area that has a unique and distinctive appeal (both in the form of physical attractiveness/uniqueness of the rural natural environment and social and cultural life of the community), which is managed and packaged naturally and attractively with the development of tourism support facilities in an environmentally friendly environment. harmonious and well-planned management. Through the financial services business unit, it will assist in the management of financial management as well as promising income for the tourism village itself. Tourism marketing and MSMEs are important points for the progress of tourist villages, because with good marketing, the tourist village itself will be easily recognized by many people and become an attraction that can improve the economy of the tourist village. The author uses a descriptive method with a qualitative approach to directly interact with the object of the phenomenon that occurs through community service activities. Through interviews, observations and documentation, the improvement of the tourism village economy through financial services business units as well as tourism marketing and MSMEs is presented with data through community service in tourist villages.

Keyword: Tourism village, financial services, marketing

1 Pendahuluan

Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik yang khas (baik berupa daya tarik/keunikan fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan), yang dikelola dan dikemas secara alami dan menarik dengan pengembangan fasilitas pendukung wisata dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana, sehingga daya tarik pedesaan tersebut mampu menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta menumbuhkan aktifitas ekonomi

pariwisata yang meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Tim Penyusun: 2014, 14-15). Sedangkan yang dimaksud dengan Desa Wisata Menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhansuasana yang mencerminkan keaslian perdesaaan baik dari kehidupansosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untukdikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atarksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya (Soetarso Priasukmana dan R. Mohamad Mulyadin: 2001, 38). Desa wisata dalam konteks wisata pedesaan tersebut dapat disebut sebagai aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut.

Survei desa wisata dilakukan di Kelurahan Gading, Surabaya dan juga Desa Jarak, Jombang. Kelurahan Gading terdapat banyak lahan kosong yang tidak dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar, karena kurangnya kemauan, ekonomi, dan pengetahuan serta terdapat gang kecil yang sulit untuk di akses jika menggunakan mobil di sekitar Kelurahan Gading. Kelurahan Gading adalah salah satu kelurahan yang ada di Surabaya. Secara geografis Kelurahan Gading terletak di Sebelah Timur Wilayah Kota Surabaya yang memiliki luas wilayah 0,79 km². Kondisi sosial masyarakat Kelurahan Gading sebagian ada yang menjadi ibu rumah tangga, bekerja di perkantoran, pensiunan, dan bekerja sampingan. Dalam hal ini, Wilayah yang menjadi fokus utama pada Wisata Kampung Sayur di Kelurahan Gading yaitu terletak di RT 05 RW 08 dan RT 05 RW 10. Selain wilayah, masyarakat di Kelurahan Gading yang menjadi target sasaran utama yaitu ibu rumah tangga, warga yang tidak memiliki pekerjaan tetap, dan pensiunan. Melalui pemanfaatan lahan kosong yang ada, mereka menumbuhkan beragam jenis tumbuhan, khususnya sayuran. Penerapan kampung sayur memiliki manfaat yang luas, khususnya bagi masyarakat

berpenghasilan rendah. salah satu yang paling penting, tentu saja, adalah untuk menyimpan pada anggaran belanjaan. Hal inilah yang menjadi alasan untuk meningkatkan potensi wisata khususnya di Kelurahan Gading yang di mana kondisi kampungnya terdapat gang kecil yang sulit untuk di akses jika menggunakan mobil. Maka dari itu tidak mudah untuk membentuk kesadaran masyarakat sehingga diperlukan berbagai upaya untuk tetap bisa memaksimalkan potensi Wisata Kampung Sayur.

Desa Jarak adalah desa yang berada di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Kecamatan Wonosalam berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Mojokerto. Desa Jarak mayoritas mata pencaharian 90% perkebunan dan 10% Peternakan. Desa ini dikenal dengan melimpahnya buah manggis sehingga Desa jarak dikenal sebagai desa penghasil manggis. Tanah yang subur menjadikan kualitas buah manggis yang dihasilkan petani Jarak siap bersaing. Saat – saat panen raya, Desa Jarak bisa menghasilkan hingga 150 ton manggis dan terdapat tradisi yang bernama tumpengan manggis. Kebun manggis pun dijadikan sarana wisata petik manggis yang menarik wisatawan dari luar. Dari kedua desa wisata ini pengoptimalan dalam bidang program atau sarana dan prasarana yang mendukung pengembangan desa wisata. Pada dasarnya, tipologi desa wisata didasarkan atas karakteristik sumber daya dan keunikan yang dimilikinya dapat dikelompokkan dalam 4 (empat) kategori, yaitu: (Dini Andriani dkk: 2015, 19-20).

1. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal (adat tradisi kehidupan masyarakat, artefak budaya, dsb) sebagai daya tarik wisata utama. Yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan berbagai unsur adat tradisi dan kekhasan kehidupan keseharian masyarakat yang melekat sebagai bentuk budaya masyarakat pedesaan, baik terkait dengan aktifitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya.
2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam sebagai daya tarik utama (pegunungan, agro/perkebunan dan pertanian, pesisir-pantai, dsbnya). Yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan lokasi yang berada di daerah pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan

berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya, sehingga desa tersebut memiliki potensi keindahan view dan lansekap untuk menarik kunjungan wisatawan.

3. Desa wisata berbasis perpaduan keunikan sumber daya budaya dan alam sebagai daya tarik utama. Yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan daya tarik yang merupakan perpaduan yang kuat antara keunikan sumber daya wisata budaya (adat tradisi dan pola kehidupan masyarakat) dan sumber daya wisata alam (keindahan bentang alam/lansekap).
4. Desa wisata berbasis keunikan aktifitas ekonomi kreatif (industri kerajinan, dsb) sebagai daya tarik wisata utama. Yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik sebagai tujuan wisata melalui keunikan aktifitas ekonomi kreatif yang tumbuh dan berkembang dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktifitas kesenian yang khas.

Jasa Keuangan merupakan istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan jenis jasa yang diberikan atau disediakan oleh industri lembaga keuangan dan untuk merujuk pada organisasi yang menangani pengelolaan dana. Manfaat Jasa Keuangan:

1. Mendorong pertumbuhan dan perluasan ekonomi
2. Mengurangi tingkat pengangguran
3. Meningkatkan pendapatan masyarakat
4. Memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menyimpan uangnya di jasa keuangan
5. Sebagai modal usaha
6. Sebagai modal pengembangan usaha.

Strategi pemasaran menurut (Kotler, P. & Armstrong, 2012a) adalah Logika pemasaran perusahaan berharap dapat menghasilkan kondisi pelanggan yang positif, hubungan yang menguntungkan, dan mencapai kesepakatan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah salah

satu jenis usaha yang menunjukkan kreativitas pemilik usaha yang menampilkan pengaruh strategi atau prosedur pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran tertentu. Sebuah perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan karena setiap program, seperti periklanan, promosi, penjualan pribadi, layanan pelanggan, atau pengembangan produk, memiliki dampak yang berbeda terhadap permintaan. Oleh karena itu, diperlukan cara untuk mengkoordinasikan rencana pemasaran agar tetap konsisten dan terintegrasi secara kolaboratif.

Menurut (Kotler, 2015), "Marketing Mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market." "bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran". Pemasaran dapat dipahami sebagai sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan kegiatan pemasaran promosi dan transaksi barang (Priansa, 2017: 30). Pemasaran berkaitan dengan kegiatan menciptakan, mengembangkan, dan mendistribusikan produk yang dihasilkan (seperti kebutuhan pelanggan) berdasarkan kapasitas produksi produk. Dalam strategi pemasaran dan bisnis diperlukan sumber daya manusia dan strategi untuk meningkatkan etika profesional karyawan (Dionisia Itu, Totok Sasongko, M. Fauzy Emgi, 2018). Kementrian Koperasi dan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) terus berusaha mengembangkan usaha sektor riil yang menjadi penggerak ekonomi Indonesia. Hal ini bertujuan agar Indonesia dapat bersaing dalam AEC (Asean Economic Community) di tahun 2015 yang sedang berjalan. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi motor penggerak pembangunan perkonomian. Hal ini ditunjukkan dengan peranan UMKM di dalam pembentukan PDRB yang mencapai sekitar 53%. Perkembangan yang cukup signifikan, UMKM memiliki permasalahan yang harus mampu dipecahkan bersama untuk meningkatkan kualitas UMKM dalam menghadapi pasar ASEAN. Permasalahan yang sering muncul dalam perkembangan UMKM adalah pemasaran, permodalan, produksi, manajemen dan mentalitas usaha. Sebagian

usaha mikro dan kecil masih tumpang tindih dalam melakukan manajemen terutama manajemen keluarga dan usahanya, terutama dalam pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan yang terpisah dan teratur akan memudahkan kinerja UMKM dalam merencanakan ekspansi pasar dan perkembangan usahanya.

Unit jasa keuangan menjadikan usaha pendukung dan juga membantu dalam pengelolaan keuangan di dalam desa wisata. Dengan adanya jasa keuangan akan memudahkan masyarakat dalam peningkatan pendapatan maupun perekonomian. Selain unit jasa keuangan, pemasaran menjadi poin yang diperlukan dalam desa wisata. Pemasaran yang baik dan juga meluas akan membuat desa wisata semakin dikenal oleh khalayak umum dan juga mengundang wisatawan. Dari unit jasa keuangan serta juga pemasaran wisata dan UMKM bisa menjadi urgensi yang diperhatikan dan menjanjikan demi perkembangan desa wisata.

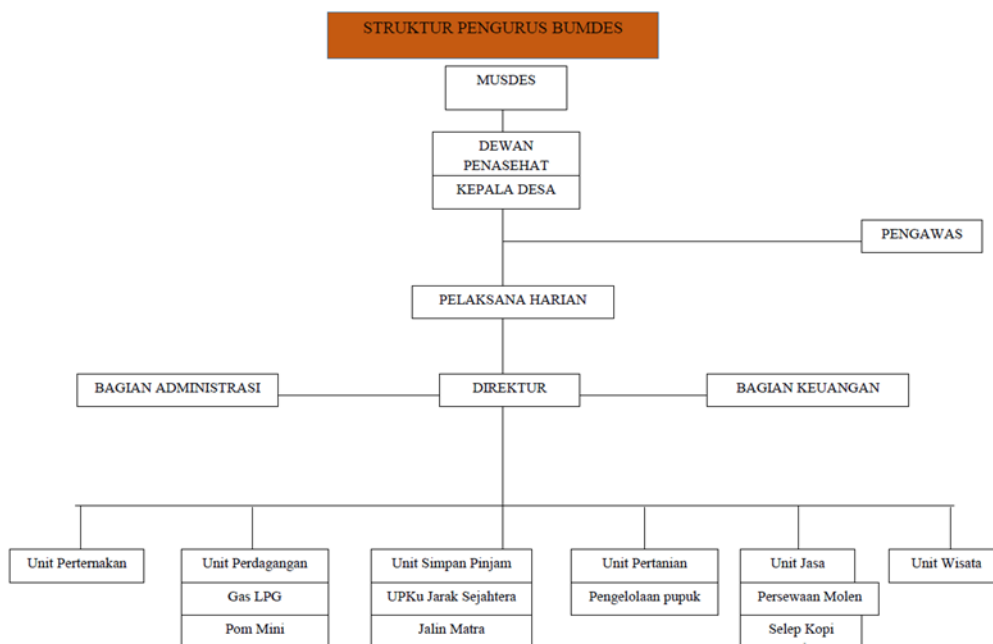
2 Metodologi

Penulis menggunakan jenis metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif langsung berinteraksi dengan objek fenomena yang terjadi melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Menurut Rukin (2019), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah, dimana peneliti sendiri merupakan instrumen kunci dalam penelitian, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan dengan mengkaji objek secara langsung dan juga melalui referensi data. Data ini diperoleh melalui data primer dan sekunder yaitu secara langsung melakukan wawancara langsung dengan pihak desa wisata beserta masyarakat di desa wisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian di desa wisata dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik observasi digunakan sebagai cara pengumpulan data primer di lokasi penelitian. Peneliti melibatkan berbagai informan di antaranya perangkat desa, pihak pengelola bumdes, dan masyarakat lokal. Hasil wawancara berupa catatan, dokumentasi dan juga rekaman dari wawancara. Dengan melalui

wawancara, observasi dan dokumentasi maka peningkatan perekonomian desa wisata melalui unit usaha jasa keuangan serta pemasaran wisata dan UMKM disajikan dengan data-data melalui pengabdian kepada masyarakat desa wisata.

3 Hasil dan Pembahasan

Sinergitas bumdes dan juga pokdarwis menjadi salah satu pilar pengelolaan desa wisata. Pendirian badan usaha milik desa (BUMDes) merupakan strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk desa. BUMDes seharusnya didirikan dengan menyesuaikan potensi dan kebutuhan desa. Di beberapa daerah keberhasilan desa dalam melakukan optimalisasi BUMDes telah memberikan kontribusi dalam menambah pemasukan bagi keuangan desa. Peran BUMDes sendiri berperan sebagai alat untuk memperkuat otonomi desa dan juga sebagai alat untuk kesejahteraan masyarakat. Desa wisata yang ada yaitu wisata perkebunan, air terjun, perbukitan dan wisata lainnya yang dilengkapi dengan adanya UMKM pendukung desa wisata. Melalui berbagai potensi ekonomi BUMDes dapat memaksimal hal tersebut sebagai salah satu upaya peningkatan ekonomi desa.



Gambar 1 struktur kepengurusan BUMDes

(Sumber: BUMDes Jarak, Jombang)

Sedangkan pengembangan potensi wisata yang ada di desa wisata dilakukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) secara perlahan meningkatkan pemahaman masyarakat dalam mengembangkan pariwisata desa. Pelibatan penduduk lokal dalam pariwisata desa ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat lokal dan meningkatkan pembangunan ekonomi di wilayah tersebut sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat. Hal ini sesuai dengan tugas Pokdarwis di suatu wilayah agar dapat memberikan dorongan pada pembangunan, pengembangan, memajukan pariwisata yang dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat.

Unit Usaha Jasa Keuangan merupakan program dari BUMDes yang berfungsi untuk menangani pengelolaan dana , seperti:

1. Unit Usaha BUMDes Simpan Pinjam

Unit usaha BUMDes Simpan Pinjam menjadi sangat menarik untuk dijalankan oleh BUMDes. Jika sebelumnya kita telah mengenal yang namanya koperasi simpan pinjam di desa, maka keberadaan unit usaha BUMDes simpan pinjam tidak jauh berbeda. Sebagai unit usaha yang mampu mendukung sistem permodalan para pelaku ekonomi desa, unit usaha BUMDes simpan pinjam ini bisa mendukung segala jenis usaha masyarakat di desa.



Gambar 2 Panen Kampung Sayur

(Sumber: TOR mahasiswa KKNT 90, 2022)

Dalam desa wisata, simpan pinjam digunakan sebagai pengelolaan uang yang mana pada saat desa wisata itu mendapat untung dapat disimpan ke unit usaha bumdes sebagai simpanan untuk dikelola lebih lanjut. Seperti contoh, dalam desa wisata kampung sayur, setelah sayuran yang ada di kampung sayur panen, lalu di jual ke pedagang, kemudian setelah menerima uang atas hasil panen, uang tersebut disimpan ke unit usaha bumdes simpan pinjam yang kemudian hari uang tersebut akan dikelola oleh pokdarwis. Salah satunya dibelikan bibit tanaman, pupuk, vitamin tanaman dan lainnya yang menunjang keberlangsungan kampung sayur.



Gambar 3 Kegiatan Bank Sampah

(Sumber: TOR mahasiswa KKNT 90, 2022)

Selain mengelola dari hasil panen kampung sayur, juga mengelola hasil dari bank sampah, yakni sampah-sampah dari warga nanti dikumpulkan, setelah terkumpul nantinya akan ditimbang oleh pengepul sampah. Setelah melakukan penimbangan, nantinya sampah-sampah tersebut akan diganti dengan uang yang mana uang tersebut akan diserahkan kepada warga yang telah menyetorkan sampah atau uang tersebut disimpan ke panitia untuk dijadikan tabungan untuk warga.

2. Jasa Transfer BRI Link

Usaha ini dapat dijalankan terutama bagi desa yang jauh dari BANK, yang belum ada akses Anjungan Tunai Mandiri. Jasa transfer BRI Link menjadi bisnis jasa keuangan yang saat ini menjadi pilihan usaha masyarakat di desa-desa. BRI Link ini semacam program layanan bank tanpa kantor yang memiliki tujuan menjembatani masyarakat untuk bisa mengakses perbankan dengan mudah. Mekanisme kerja sama antara BRI dan BRI Link ini memberikan EDC BRI dengan menu Mini ATM. Dengan demikian, agen BRI Link dapat melayani masyarakat dalam melakukan transaksi.

Transaksi yang dapat dilakukan oleh BRI Link antara lain:

- a. Membayar tagihan
- b. Transfer uang
- c. Tarik tunai
- d. Setor tabungan
- e. Pembelian pulsa

Dengan adanya Agen BRI Link dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang mengalami kesulitan dalam mengakses kantor BRI. Misal, jika tidak bisa menjumpai mesin ATM BRI atau tidak ada kantor BRI di daerah tersebut, maka bisa melalui BRI Link.

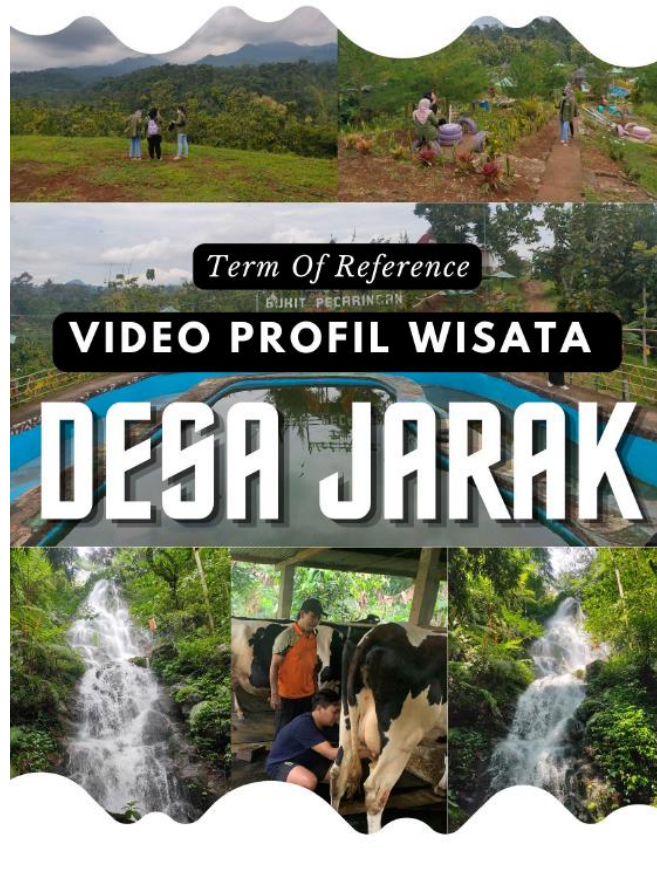
3. Unit Usaha Token Listrik

Unit Usaha BUMDes juga dapat menyediakan jasa token listrik. Saat ini kebutuhan akan listrik telah merata sampai ke desa-desa. Baik untuk kebutuhan rumah tangga, atau pun usaha. Usaha ini merupakan jasa pembayaran listrik. Misal rumah kalian menggunakan listrik berbasis pulsa, maka bisa melakukan pengisian di tempat token listrik ini. Kebutuhan akan listrik sudah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat. Karenanya BUMDes bisa menjalankan usaha token listrik melalui unit usaha yang mereka miliki. Usaha ini dapat dijalankan dengan catatan, jika di daerah atau desa tersebut belum ada penjual token listrik.

4. Unit Usaha Pembiayaan Kredit

Di dalam memenuhi kebutuhan atau guna mendapatkan barang yang diinginkan masyarakat sering kali memilih jasa kredit. Seperti misal kebutuhan kepemilikan kendaraan. BUMDes bisa membuat unit usaha Pembiayaan kredit. Unit Usaha ini merupakan usaha jasa yang membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan kepemilikan suatu barang. Selain itu, usaha ini juga dapat dikerjasamakan dengan menyediakan jasa pembayaran kredit ke berbagai leasing. Hal ini dapat mempermudah bagi masyarakat yang ingin membayar tagihan seperti membayar kreditan motor dan lain sebagainya ke leasing.

Pengabdian masyarakat dalam pemasaran wisata dan UMKM penunjang desa wisata adalah dengan dibuatnya video profil desa serta akun sosial media desa wisata di Instagram.



Gambar 4 TOR pembuatan video profil desa
(Sumber: TOR mahasiswa KKNT 93, 2022)

Tujuan diadakannya profil desa wisata dan akun Instagram adalah untuk mempromosikan dan memperkenalkan desa wisata kepada wisatawan atau masyarakat luar. Dan sebagai informasi yang memudahkan masyarakat mengenai desa dan wisata yang ada di desa wisata sehingga berdampak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perekonomian masyarakat disekitarnya. Manfaatnya sendiri yaitu menjadi media informasi yang baik dan informatif karena berisi data desa wisata yang lengkap, menjadikan marketing tools yang dapat digunakan sebagai visual dari desa wisata dan juga sebagai data informasi tentang kondisi desa yang meliputi potensi

sumber daya alam, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, serta perkembangan dan permasalahan yang ada di desa wisata.

4 Kesimpulan

Perekonomian desa wisata akan berjalan dengan baik dan juga perkembangan yang signifikan dapat melalui berbagai program ataupun kegiatan masyarakat. Dengan adanya unit usaha jasa keuangan akan membantu dalam pengelolaan manajemen keuangan serta pendapatan yang menjanjikan terhadap desa wisata sendiri. Pemasaran wisata dan UMKM menjadi poin penting untuk kemajuan desa wisata, karena dengan baiknya pemasaran maka desa wisata sendiri akan mudah dikenal oleh orang banyak dan menjadi daya tarik yang bisa meningkatkan perekonomian desa wisata.

Daftar Pustaka

- Andriani, Dini, dkk. 2015. Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah., Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata.
- Dionisia, Sasongko Totok, Emgi Fauzy M., 2018, Pengaruh Interaksi Terhadap Etos Kerja Karyawan Pada Industri Keramik CJDW Dinoyo Malang. Skripsi.
- Donni Juni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung: Alfabeta. 12.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012a).Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga. 72.
- Kotler, P. dan A. (2015).Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”, England : Pearson Education, Inc. 75.
- Mumu, F. E. L. I. S. I. A., Rifa'i, M., & Emqi, M. F. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Magnum Attack Indonesia Malang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).

- Priasukmana, Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin. 2001. "Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah". dalam Info Sosial Ekonomi. Vol. 2. No. 1.
- Rukin, S. P. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Tim Penyusun. 2014. Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa Wisata di DIY. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.
- Utama, A. A. G. S., & Pratama, D. (2019, March). Pengabdian masyarakat Desa Taman Sari: Optimalisasi kinerja UMKM melalui pelatihan akuntansi sederhana. In Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian LPPM Universitas PGRI Madiun (pp. 357-360).
<https://sedesa.id/4-contoh-unit-usaha-bumdes-jasa-keuangan/>.