

PENGEMBANGAN DAYA TARIK OBYEK WISATA GUNUNGGJAMBU BERBASIS KARIFAN LOKAL GUNUNGGKIDUL

Sigit Purnomo¹, Dianna Ratnawati², Nurcholish Arifin H.³, Setuju⁴

¹Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
sigitpurnomo@ustjogja.ac.id

²Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
dianna.ratnawati@ustjogja.ac.id

³Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
arifin@ustjogja.ac.id

⁴Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
setuju@ustjogja.ac.id

ABSTRAK

Desa Serut Kapanewon Gedangsari Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi wisata di kawasan Gunungjambu padukuhan Rejosari dan Karangpadang. Potensi wisata di Gunungjambu memiliki karakteristik alam yang menarik, kehidupan sosial dan budaya yang unik. Obyek Wisata Gunungjambu memiliki potensi agrowisata (kebun buah jambu), wisata budaya (candi manik moyo), wisata adventure (jalur mobil offroad dan motor trail), *Camping ground* dan spot-spot foto. Pendapatan dari obyek wisata Gunungjambu menjadi PAD (Pendapatan Asli Desa) Kalurahan Serut untuk pembangunan manusia dan fisik di masyarakat. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan. Proses pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, Forum Group Discussion (FGD), dan studi pustaka. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan tahapan reduksi dan penyajian data serta penarikan kesimpulan. Uji Validitas dan reliabilitas dilakukan melalui proses triangulasi. Informan dalam penelitian ini adalah pemerintah, masyarakat desa wisata, dan pengembang pariwisata yang berjumlah 12 orang. Nilai-nilai kearifan lokal dalam pengembangan obyek wisata Gunungjambu tertuang dalam prinsip-prinsip keorganisasian. Terdapat tiga prinsip pokok keorganisasian yaitu keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilakukan secara demokratis, dan kemandirian. Kriteria desa wisata meliputi daya tarik, aksesibilitas, fasilitas umum dan fasilitas wisata, pemberdayaan masyarakat, dan pemasaran atau promosi.

Kata Kunci: pengembangan wisata; desa wisata, Gunungjambu; kearifan local.

ABSTRACT

The Serut area of Kapanewon Gedangsari, Gunungkidul Regency, has tourism potential in the Gunungjambu area, Rejosari and Karangpadang padukuhan. The tourism potential in Gunungjambu has interesting natural characteristics, unique social and cultural life. Gunungjambu tourism object has the potential for agro-tourism (guava fruit orchards), cultural tourism (manic moyo temples), adventure tourism (off-road car lines and motorbike trails), camping ground and photo spots. Revenue from Gunungjambu tourism object becomes Village Original Income Serut Village for human and physical development in the community. The increase in the number of visits that occur is a reflection of the continued development of tourism. The data collection process used was interviews, observation, Forum Group Discussion (FGD), and literature study. The data analysis technique in this research is

descriptive with the stages of data reduction and presentation and drawing conclusions. Validity and reliability tests are carried out through a triangulation process. The informants in this study were the government, tourism village communities, and tourism developers, totaling 12 people. The values of local wisdom in the development of Gunungjambu tourism objects are contained in organizational principles. There are three main organizational principles, namely membership is voluntary and open, management is carried out democratically, and independence. The criteria for a tourism village include attractiveness, accessibility, public facilities and tourist facilities, community empowerment, and marketing or promotion.

Keywords: *tourism development; tourist village; Gunungjambu; local culture.*

PENDAHULUAN

Gunung Jambu pada era 80-90an pernah dijadikan tempat tujuan hiking. Dari puncak bukit ini pengunjung dapat menikmati pemandangan hamparan persawahan di sisi utara dan hamparan perbukitan serta gunung batu di sebelah selatan. Dari sisi timur pengunjung juga dapat memandang hamparan perbukitan dengan diselingi kelokan teras siring persawahan dan di pagi hari pengunjung akan disambut oleh matahari terbit. Di sisi barat terdapat terdapat hamparan perbukitan yang lebih tinggi dengan tingkat kemiringan yang besar, sehingga gunung dan bukit tampak menjulang di atas hamparan persawahan.



Gambar 1. Pemandangan Alam di Puncak Gunungjambu

Saat ini Gunungjambu mulai dikelola oleh Pokdarwis warga sekitar dan mulai membangun fasilitas yang dibutuhkan wisatawan. Saat ini sudah dibangun track offroad mobil dan sepeda motor, selfie spot, outbond, argo wisata dsb. Meskipun sudah mulai dikembangkan fasilitasnya, masih banyak beberapa hal yang perlu dibenahi.



Gambar 2. Kegiatan Pengembangan Fasilitas Wisata oleh Pokdarwis Gunung Jambu

Perkembangan pariwisata tergantung kepada kunjungan yang datang mengunjungi tempat tersebut. Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan, untuk mempertahankan dan menambah jumlah kunjungan wisatawan pada tahun berikutnya, hal tersebut tidak terlepas dari pentingnya faktor kenyamanan dan keamanan (Kumala, Borman, & Prasetyawan, 2018).

Cara mempertahankan jumlah kunjungan dengan tercapainya target yang di inginkan dalam suatu objek wisata, maka diperlukan pengelolaan dan pengembangan objek wisata. Pengelolaan dan pengembangan dapat dilakukan dengan menentukan faktor yang akan menjadi peran penting dan pendukung untuk mengembangkan pengunjung mengunjungi objek wisata Gunungjambu. Lebih lanjut Yoeti (2008) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu objek wisata, yaitu:

1. Objek wisata itu harus mempunyai sesuatu yang menarik untuk dilihat dan tentunya berbeda dengan yang dimiliki tempat lain (*something to see*).
2. Dilokasi objek wisata harus tersedia kegiatan yang dapat dilakukan oleh visitor (*fishing, tracking, dll*).
3. Dilokasi objek wisata harus tersedia dengan apa yang disebut *something to buy*.

Pengelolaan Desa Wisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas dari yang dilakukan oleh wisatawan ke suatu tempat tujuan wisata di luar keseharian dan lingkungan tempat tinggal untuk melakukan persinggahan sementara waktu dari tempat tinggal, yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk mencari nafkah dan yang didasarkan atas kebutuhan untuk mendapatkan kesenangan, dan disertai untuk menikmati berbagai hiburan yang dapat melepaskan lelah dan meng hasilkan

suatu travel experience dan hospitality service (Zakaria 2014). Pariwisata merupakan kata kerja dari aktivitas “berwisata” yang dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang bertujuan secara alami menimbulkan perasaan senang, gembira, atau bersemangat, sehingga gairah, dan produktivitas kerja, serta pengalaman hidup seseorang meningkat. Tujuan atau target berwisata pada umumnya untuk menghilangkan perasaan penat, bosan, sedih, rasa tidak bersemangat yang diderita seseorang karena suatu rutinitas yang melelahkan secara fisik maupun mental

Menurut Nababan (Wahyu 2015) kearifan masyarakat tentang lingkungan lokalnya berkembang dari pengalaman sehari-hari. Berdasarkan sistem kearifan lokal itulah maka kebudayaan mereka beradaptasi dan berkembang dalam menjawab berbagai persoalan yang dihadapi. Kedalaman penghayatan masyarakat tradisional terhadap prinsip konservasi alam tercermin dalam sistem budaya dan sosial yang memiliki rasa hormat terhadap alam. Menurut Chamber dalam Wahyu (2015) tidak ada definisi tunggal tentang terminologi kearifan lokal. Beberapa ahli memberikan terminologi yang berbeda untuk menjelaskan definisi kearifan lokal seperti pengetahuan yang berasal dari pribumi (*indigenous knowledge*), pengetahuan tradisional (*traditional knowledge*), pengetahuan teknis yang berasal dari pribumi (*indigenous technical knowledge*), sistem pengetahuan yang berasal dari pribumi (*indigenous technical system*).

Kearifan lokal berkembang dari kemampuan masyarakat lokal dalam beradaptasi dengan lingkungan, turun temurun, bersifat dinamis atau merupakan hasil dari proses belajar melalui pengalaman maupun dengan menyerap dan mengasimilasi gagasan dari berbagai sumber yang berbeda, dan mengintegrasikannya ke dalam budaya asli sehingga menghasilkan pengetahuan lokal yang sesuai dengan kondisi lingkungan setempat. Kerap dalam Susanto (Permatasari 2015) kearifan lokal adalah gagasan- gagasan setempat (lokal) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Menurut Wahyu (2007) mengatakan konsep kearifan lokal dalam terminologi budaya dapat diinterpretasikan sebagai pengetahuan lokal yang berasal dari budaya masyarakat yang unik, mempunyai hubungan dengan alam dan sejarah panjang, beradaptasi dengan sistem ekologi setempat, bersifat dinamis dan selalu terbuka dengan tambahan pengetahuan baru. Wahyu (2015) menyimpulkan bahwa berdasarkan berbagai definisi, maka kearifan lokal meliputi tradisi-tradisi dan praktik-praktik yang berlangsung lama dan berkembang di wilayah tertentu, asli berasal dari

tempat tersebut atau masyarakat-masyarakat lokal yang terwujud dalam kebijaksanaan, pengetahuan, dan pembelajaran masyarakat, dan diwariskan secara turun temurun.

Bentuk kearifan lokal dapat dikategorikan dalam dua aspek, yakni: (1) kearifan lokal yang berbentuk benda (tangible) seperti berupa tekstual, Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kalimantan Selatan (M. Arief Anwar, Gusti Syahrani, Ahmad Zaky Maulana, Yudhi Putryanda, Wajidi) bangunan arsitektural, karya seni, dll; (2) kearifan lokal yang tak benda (intangible) seperti petuah dan peribahasa yang bersifat verbal. Kearifan lokal baik tangible dan intangible pada masyarakat Banjar, dapat dilihat dalam tujuh unsur kebudayaan universal, yaitu (1) religi, (2) bahasa, (3) sistem pengetahuan, (4) teknologi, (5) sistem mata pencarian hidup, (6) kesenian, dan (7) organisasi sosial. Menurut Wahyu (2015) dalam praktiknya, kearifan lokal sebagai pengetahuan yang berasal dari budaya masyarakat lokal terwujud dan dipraktikkan dalam bidang pertanian, kesehatan seperti pengobatan tradisional, penyediaan makanan, pendidikan, pengelolaan sumber daya alam, dan beragam kegiatan lain dalam komunitas. Salah satu bentuk kearifan lokal adalah pengetahuan lokal (local knowledge) yakni konsep yang berakar dari pengalaman masyarakat lokal, yaitu (1) merupakan milik lokal; (2) Kehidupan yang lebih baik dalam sistem ekologi; (3) Kehidupan dengan segala relasinya di alam semesta; (4) Dituntun dan didasarkan pada prinsip moral yang bersumber dari pengetahuan lokal; (5) Menyangkut pribadi manusia yang partikular (komunitas adat).

Kegiatan pariwisata merupakan pula sebuah interaksi sosial-kultural sebab di dalamnya terkandung interaksi antara host (tuan rumah) dengan guest (wisatawan). Hubungannya dengan kearifan lokal adalah bahwa tuan rumah berperan menyediakan objek wisata yang dikehendaki oleh wisatawan. Misalnya bagaimana tuan rumah menyediakan wisata alam yang berbasis kearifan lokal dalam berbagai bentuk. Kearifan lokal itu sendiri merupakan perwujudan dan/atau ekspresi dari cipta, rasa, karsa manusia. Manusia adalah makhluk sosial atau tidak terlepas dari individu lainnya. Oleh karena itu, kearifan lokal berintikan manusia sebagai pencipta budaya dalam hubungannya dengan alam sekitar. Sebagaimana dikatakan oleh Keraf (Syahlan Matiro 2015) pengetahuan lokal adalah milik komunitas. Tidak ada pengetahuan atau kearifan tradisional yang bersifat individual. Kaitan dengan pengembangan wisata alam adalah bahwa pengembangan wisata alam berbasis kearifan lokal membutuhkan komunitas berupa sistem dan kelembagaan sosial bernama desa budaya. Hal ini sejalan dengan pendapat Yurisetou

(Wahyu 2015) kelembagaan lokal akan dapat menjembatani semua kepentingan dalam kehidupan masyarakat lokal.

Menurut Direktorat General of Tourism, Ministry of Tourism, Art an Culture (1999:5), secara umum sebuah desa Wisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:1.) Keterlibatan masyarakat desa setempat dalam perencanaan dan persiapan- persiapan lainnya dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan Desa Wisata yang digerakkan oleh pemerintah dan/atau usaha-usaha swasta di bidang pariwisata; 2.) Ada sumber-sumber dalam desa yang mampu menggerakkan kegiatan-kegiatan ekonomi sebagai kegiatan Desa Wisata, dalam bentuk: upacara- upacara/seremonial, ritual, kesenian dan cinderamata (souvenir), persediaan bahan makanan (masakan-masakan khas daerah, dll), penginapan, pramuwisata, dan jasa-jasa lain; 3.) Suasana alam yang menarik dan ramah lingkungan; 4.) Keterlibatan pemerintah pada tiap tingkatan dalam membantu kegiatan Desa Wisata (misalnya insentif pajak dan peraturan-peraturan lain yang diperlukan, bantuan pelatihan guides/pemandu wisata, upaya promosi dan pemasaran, dan lain-lain); dan 5.) Ada upaya-upaya untuk meminimalkan lenyapnya budaya setempat (desa), termasuk cara hidup penduduk.

Dari kelima ciri-ciri ini, faktor keterlibatan pemerintah akan banyak mempengaruhi pengelolaan desa yang ramah lingkungan, maupun kegiatan-kegiatan ekonomi desa yang dapat mendorong terjadinya atraksi untuk wisatawan. Begitu pula "partisipasi masyarakat" mempengaruhi upaya-upaya meminimalkan lenyapnya budaya setempat. Dengan demikian dari kelima ciri-ciri Desa Wisata yang diinginkan, faktor-faktor yang perlu dicermati lebih jauh adalah: (1) Partisipasi masyarakat; (2) Keterlibatan pemerintah. Terdapat dua konsep yang utama dalam komponen desa wisata: (1) Akomodasi: sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk; (2) Atraksi seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti : kursus tari, bahasa dan lain-lain yang spesifik. Pemahaman tentang desa wisata cukup beragam antara lain mengatakan adalah suatu bentuk lingkungan permukiman yang memiliki ciri khusus baik alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dimana mereka dapat menikmati, mengenal, menghayati dan mempelajari kekhasan desa beserta segala daya tariknya. Dalam pelaksanaannya seringkali wisatawan tinggal di dalam atau dekat dengan suasana tradisional dan belajar tentang kehidupan desa dan lingkungan setempat, sehingga ada proses belajar

(learning) dari masyarakat (hosts) kepada wisatawan (guests), sehingga para tamu mampu memberikan penghargaan (rewarding) kepada nilai-nilai lokal yang masih dianut oleh komunitas setempat. Wisatawan yang datang ke desa wisata itu akan dapat menikmati alam perdesaan yang masih 192 bersih dan merasakan hidup disuasana desa dengan sejumlah adat istiadatnya. Wisatawan tinggal bersama penduduk, tidur dikamar yang sederhana tapi bersih dan sehat, makanan tradisional merupakan hidangan utama yang hendak disajikan selama di desa wisata, wisatawan merasakan adanya kepuasan karena adanya penyambutan, dan pelayanan dari penduduk desa tersebut.(Winarni 2014).Ada dua pendekatan dalam menyusun rangka kerja/konsep kerja dari pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata, yakni pendekatan Pasar untuk Pengembangan Desa Wisata dan Pendekatan Fisik Pengembangan Desa Wisata.

Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam pengembangan objek wisata adalah (Mario Barreto, 2015):

1. Kualitas objek wisata yaitu bagaimana untuk mengupayakan dan menjaga kelestarian alam.
2. Keunikan agar banyak pengunjung dapat rekreasi.
3. Promosi melalui media sosial (instagram), youtube dan website.
4. Sumber daya manusia yang menjaga kelestarian objek wisata.
5. Inovasi objek wisata yakni bagaimana untuk melestarikan objek wisata yang baik.

Supaya obyek wisata ini dapat dikenal maka perlu dilakukan promosi. Promosi dapat dilakukan menggunakan media online yaitu website, media sosial instagram dan youtube. Penggunaan website sebagai media promosi dilakukan dengan mengintegrasikan dengan website dinas pariwisata. Informasi yang disajikan adalah tempat-tempat wisata dan kegiatan-kegiatan pariwisata (Abidi and Ramadhani, 2012). Media sosial seperti instagram juga sudah digunakan sebagai media promosi. Hal ini karena masifnya penggunaan smartphone dan kemudahan untuk mengakses media internet. Instagram merupakan media jejaring sosial yang memiliki fitur-fitur yang mendukung untuk melakukan kegiatan pariwisata (Agus Purnomo, 2018). Alasannya adalah instagram merupakan media jejaring sosial berbasis foto dan video. Pengguna instagram di Indonesia saat ini berkisar 22 juta orang, sehingga media ini sesuai sekali digunakan sebagai media promosi. Selain instagram, promosi dapat juga digunakan dengan youtube yang merupakan situs berbagi video yang disediakan oleh google. Penggunaan YouTube dalam mempromosikan objek wisata sangat bergantung bagaimana video yang

diupload, durasi, pengambilan gambar, backsound, dan scene kawasan objek wisata (Amin, 2016).

Pengembangan objek wisata merupakan suatu hal yang besar karena melingkupi banyak pihak, biaya, pemikiran, partisipasi dari warga setempat, pemerintah dan investor yang berminat. Pengembangan daya tarik wisata sendiri memiliki tujuan untuk berkembang kearah yang lebih baik yang akhirnya dapat menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan oleh banyak orang disamping untuk konservasi objek wisata itu sendiri. Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan obyek wisata Gunungjambu mudah dicari oleh pengunjung
2. Membuat spot untuk lokasi foto di lokasi wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung lokasi wisata
3. Melakukan promosi dan sosialisasi obyek wisata Gunungjambu kepada masyarakat menggunakan media sosial dan media online.

METODE

Dalam konteks pariwisata, besarnya peranan pihak luar sering mengarah bukan pada kebutuhan masyarakat desa. Untuk kepentingan nasional, pembangunan pariwisata perdesaan sering diarahkan pada konsep keserakahan dengan tujuan untuk mendatangkan jumlah wisatawan sebanyak-banyaknya. Sebaliknya, pembangunan bersama masyarakat akan menyebabkan pembangunan pariwisata mengarah pada potensi objek wisata karena berkaitan dengan kepentingan jangka panjang masyarakat itu sendiri.

Pembangunan potensi objek wisata dengan salah satunya mendirikan spot foto yang menarik juga mengarah pada upaya untuk mengoptimalkan jumlah pariwisata atau pengunjung di Gunungjambu. Besarnya jumlah pengunjung yang datang tentunya akan membantu perekonomian masyarakat, karena mata pencarian masyarakat desa sebagian besar adalah berdagang di lokasi objek wisata

Program-program yang ada terdiri dari tiga macam yaitu:

1. Program awal
2. Program inti
3. Program akhir

Program awal adalah program yang direncanakan untuk memperoleh dukungan masyarakat setempat, berupa sosialisasi dan kunjungan, sosialisasi ini dilakukan kepada

masyarakat untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan di desa mereka, serta meminta bantuan kepada pemuda setempat agar sekiranya dapat membantu jika terjadi kendala dalam pembuatan program kerja yang telah disusun.

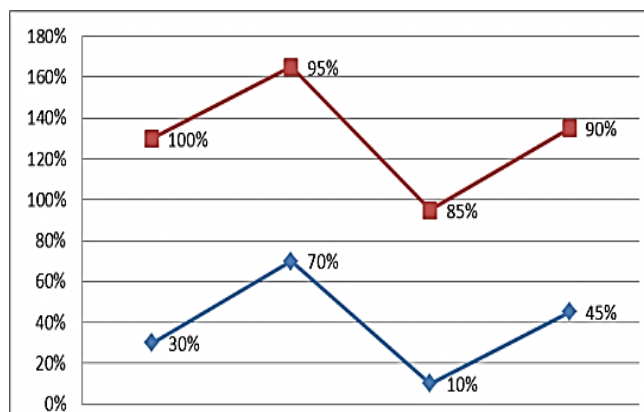
Program inti adalah program yang direncanakan dan dalam pelaksanaannya sesuai dengan potensi yang bisa dikembangkan ditempat wisata tersebut, adapun program ini berupa program-program pembuatan spot-spot foto, yang bertujuan sebagai daya tarik objek wisata, memperbaiki serta memperindah fasilitas yang sudah ada.

Selanjutnya program akhir adalah program yang direncanakan dan dilaksanakan sebagai salah satu bentuk silaturahmi dengan masyarakat desa tersebut. Dikatakan program akhir karena dalam tahap pelaksanaannya adalah yang paling akhir dilaksanakan. Program ini berupa bentuk silaturahmi dengan masyarakat di dusun lain yang ada di desa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program PKM yang telah terlaksana memberikan dampak sosial bagi mitra yaitu (1) meningkatkan pengetahuan pengelolaan wisata, (2) memudahkan dan mempercepat proses pengembangan obyek wisata dengan kearifan lokal, (3) menambah keterampilan pemandu wisata, (4) menambah rasa percaya diri untuk dapat memandu wisata dengan bekal pengetahuan dan keterampilan baru. Sehingga kedepannya juga akan berdampak dibidang ekonomi khususnya menambah income wisata.

Lebih lanjut manfaat yang diperoleh mitra dari pelaksanaan program PKM dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Grafik perubahan kondisi sosial mitra/manfaat program bidang sosial



Gambar 5. Kegiatan pelatihan *e-commers* pengelola wisata

Dalam pelatihan *e-commerce* selain membuat blog, pokdarwis juga membuat instagram sebagai media online promosi wisata daerah. Karena instagram merupakan media sosial online yang paling digemari oleh anak muda, maka dalam pelatihan pembuatan instagram tidak mengalami kendala yang berarti. Konten dari instagram yaitu memuat foto-foto kegiatan yang dilakukan oleh Pokdarwis Gunungjambu. Dalam kegiatan ini foto-foto tersebut sudah tersedia dan terdokumentasikan oleh pokdarwis Gunungjambu, sehingga tinggal diunggah di instagram. Hasil dari pelatihan ini adalah tersedianya instagram sebagai sarana promosi online wisata gunung jambu yang dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 6. Tampilan Instagram Gunungjambu

Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan *e-commerce* pokdarwis gunung jambu sangat antusias karena bagi mereka pelatihan seperti ini merupakan hal yang baru. Pada awalnya mereka belum dapat membuat dan mengelola blog, dengan pelatihan ini mereka menjadi terampil mengelola blog.

KESIMPULAN

Kegiatan program PKM telah mencapai target keberhasilan dengan sangat baik dan memberikan manfaat sosial, ekonomi, serta meningkatkan kapabilitas baik pengetahuan maupun keterampilan baru untuk mitra.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada LP2M Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Team Pengabdian Masyarakat PVTM dan seluruh pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Purnomo (2018) Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata di Kabupaten Karanganyar (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Explorekabkaranganyar). Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Amin, M. R. (2016) Penggunaan YouTube Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan. Universitas Andalas.

Peraturan Menteri Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan, dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.

Widjaja, HAW. 2014. Otonomi Daerah dan daerah Otonom. Jakarta: Rajawali Pers.