

**TANTANGAN BUM DESA MENCARI IDENTITAS DAN
PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DESA**

ASMUNI*
RISA FITRIYANI
WULAN PRIHATIN
KHOIROTUL FITRIYA

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

*Email: asmuni.mumun.01@gmail.com

ABSTRACT

This article describes the phenomenon of village tourism, especially those managed by Bum Desa. On the basis of village potential, village tourism business units were developed. The biggest challenge is the sustainability of the tourism. On the one hand, village tourism will maintain the environment and has the potential to open up new business opportunities. On the other hand, village tourism is often not based on village potential and careless management.

This study uses a qualitative approach, conducting in-depth interviews and observations. This article finds that village tourism departs from the identification of village potential. Although not the main business unit of Bum Desa, village tourism can still be an alternative tourist destination, at least on a local scale. Another thing that was underlined was that the opening of village tourism was able to contribute to community empowerment in the form of trading stalls. In conclusion, the emergence of village tourism is an alternative tourist destination and at a certain level has the potential to become a promising business as long as it departs from the ability and development of village potential.

Keywords: *Village Tourism, Village Potential, Sustainability, Bum Desa*

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini berangkat dari dua kontruksi utama yaitu fenomena empirik sebagai persoalan penelitian dan kajian teoritik sebagai landasan gap penelitian. Secara fenomena empirik, keberadaan Bum Des untuk mengelola sektor pariwisata desa bersifat sementara atau alakadarnya. Keberlanjutan pengelolaan pariwisata terdistorsi penolakan sebagian warga (pembatasan masuk), pemilihan desa, gangguan manajerial. Ketidakpastian dalam menentukan potensi desa terkait pariwisata. Pariwisata bukan *core business* Bum Desa. Keterlibatan masyarakat tidak diarahkan pada penguatan pariwisata.

Secara teoritik, problem utama adalah ada kesenjangan keberlanjutan pariwisata. Beberapa pejabat pemerintah daerah tidak memahami konsep ini secara praktis (Kapera, 2018). Secara umum, penelitian terdahulu tak secara spesifik menggambarkan tentang perusahaan desa (Bum Desa) sebagai pengelola. Di samping itu, beberapa kendala yang muncul dan menjadi konflik pengembangan pariwisata

desa adalah perampasan tanah, pembagian pendapatan, hak jual, hak pengelolaan pariwisata, pembongkaran rumah, pembangunan rumah, larangan masuk penduduk lokal, dan pemilihan desa (Wang & Yotsumoto, 2019). Bahkan Proses evolusi konflik menunjukkan bahwa isu-isu tersebut bersifat dinamis dan terhubung, bukan statis dan terisolasi (Wang & Yotsumoto, 2019)

Sementara itu, keberhasilan pengembangan pariwisata desa disebabkan beberapa faktor. Faktor keberhasilan pengembangan pariwisata pedesaan adalah kepemimpinan yang baik, dukungan dan partisipasi Pemerintah Daerah, koordinasi dan kerjasama antara pelaku usaha dan kepemimpinan daerah, koordinasi dan kerjasama antara pengusaha pariwisata pedesaan dan dukungan masyarakat yang luas untuk pariwisata (Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier dan Van Es, 2014).

Kajian tentang Bum Desa telah banyak dilakukan diantaranya, Muryanti (2020) mengatakan bahwa Bum Desa dapat memperkuat sistem

sosial di desa dengan syarat bahwa kewirausahaan sosial komprehensif melalui kerjasama aktif desa pemimpin dan masyarakat. Asmuni dkk (2020) mengatakan bahwa pengelolaan Bum Desa yang berhasil dapat mencegah orang-orang terbaik tetap tinggal dan hidup layak di Desa, bisa mencegah adanya *Brain Drain* di Desa. Dalam konteks yang lebih khusus, Purnomo dkk (2019) bahwa pengelolaan wisata desa oleh Bum Desa menjadi berhasil disebabkan kepemimpinan, inovasi, kolaborasi dan tata kelola pemerintahan desa yang baik. Yudiardi dkk (2017) mengarisbawahi bahwa Bum Desa menjadi pendukung dalam mengembangkan ekonomi lokal pedesaan.

Menurut Singgih (2021) bahwa dalam pariwisata desa yang dikelola Bum Desa akan menjadi kompetitif di level global jika mengacu pada empat faktor yang terpenuhi, yaitu adanya atraksi, infrastruktur, fasilitas pariwisata, aksesibilitas dan institusi. Ditambahkan oleh Desembrianita dkk (2021) bahwa menjadikan desa mempunyai citra wisata (*tourism brand*) memerlukan tahapan;

membangun jejaring antar pemangku kepentingan, menciptakan ikon wisata desa, stabilitas terhadap sistem perdagangan desa, meluaskan jangkuan pasar dan produk jasa wisata, menggunakan sosial media sebagai arena pemasaran, melaksanakan kewirausahaan sosial. Pendapat lain tentang pengelolaan Bum Desa, Sumiasih (2018) menjelaskan pengelolaan sektor pariwisata melalui Bum Desa dipengaruhi oleh jenis sektor wisata, modal, pengelola, pola pengelolaan, strategi pemasaran, pertanggungjawaban dan pembagian hasil secara efektif dan terstruktur.

Selain kajian tentang keberhasilan Bum Desa, kajian tentang Bum Desa juga menceritakan kegagalannya. Arifin dkk (2020), menyoroti tentang dana desa dan penggunaannya termasuk dalam penyertaan modal dalam Bum Desa. Kesimpulannya bahwa dana desa dan Bum Desa hanya meningkatkan manfaat bagi aparat dan pengurus Bum Desa. Secara umum sangat terbatas manfaatnya bagi warga desa. Tidak ada bukti bahwa secara umum

Bum Desa meningkatkan peluang kerja bagi warga desa.

Penelitian tentang Bum Desa yang bercerita tentang kegagalan mewujudkan kemandirian desa lewat usaha wisata juga terjadi. Menurut Sidik (2015) penyebabnya dikarenakan semakin menipisnya peran modal sosial yang dimiliki warga yang telah berkembang dengan baik seperti organisasi desa, kepercayaan, norma, dan jaringan. Dalam prakteknya, pengelolaan Bum Desa dinilai kurang efektif karena belum dikelola secara transparan dan akuntabel. Kemudian, upaya mewujudkan desa mandiri juga menghadapi tantangan sosial yaitu adanya kecemburuan antar dukuh terkait dengan dana bantuan yang diberikan serta munculnya pelaku ekonomi di sekitar area wisata yang berasal dari keluarga berekonomi mapan.

Secara teoritik, Bum Desa bisa diartikan sebagai perusahaan sosial. Yaitu, nilai-nilai dan sumber pendapatan yang menjadi dasar perusahaan sosial (Herranz dkk, 2010). Pengukuran kinerja untuk perusahaan sosial dilihat dari

tujuannya yang bersifat sosial (Bagnoli dan Megali, 2009), karena mempunyai dua tujuan sekaligus, sehingga memerlukan strategi untuk menyeimbangkan tujuan sosial dan komersial dalam perusahaan sosial (Cooney, 2010; Mozier dan Tracey, 2010). Perusahaan sosial secara eksplisit mempunyai misi ganda untuk mencapai penciptaan yaitu nilai ekonomi dan sosial (Costanzo dkk, 2014).

Dalam konteks pengembangan wisata desa dijadikan sebagai unit bisnis Bum Desa tidak terlepas dari peluang bisnis dalam sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu bisnis unggul yang menjanjikan saat ini, karena dilihat dari banyaknya orang yang melakukan perjalanan wisata untuk mendapat hiburan guna kepuasan ataupun kebahagiaan diri, dan juga untuk menghabiskan waktu luangnya. Pariwisata dalam suatu negara ataupun daerah sangatlah penting, sebab adanya suatu kegiatan pariwisata ini dapat menunjang pembangunan perekonomian daerah, juga dapat mempengaruhi sektor-sektor industri lainnya. Selain itu

berbagai lokasi yang memiliki keanekaragaman budaya dapat ditemukan di berbagai daerah yang dapat menarik perhatian pengunjung, baik wisatawan lokal atau pun luar daerah. Hal ini merupakan kekuatan bagi pengembangan pariwisata. Setiap tahunnya industri pariwisata mengalami perkembangan yang pesat, bahkan telah memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Pariwisata merupakan salah satu industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi (Wahab, 2003: 3-5). Maka pengembangan industri pariwisata tersebut mampu menghasilkan devisa dan juga digunakan sebagai sarana guna menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja.

Penentuan lokasi penelitian dan alasan dibalik penentuan lokasi penelitian ini adalah wisata Desa Dewi Kalimayang, berlokasi Kabupaten Jember, Jawa Timur, Indonesia. Alasan memilih subjek

penelitian ini, sebab Wisata Desa Dewi Kalimayang hadir sebagai unit usaha yang dikelola Bum Desa. Berangkat dari sumber daya alam yang mendukung untuk pengembangan desa.

Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Informan utama yang diwawancarai adalah pengelola Bum Desa. Kegiatan observasi dilakukan, dimana tim peneliti secara langsung melakukan observasi terhadap subjek penelitian. Teknik triangulasi data dilakukan untuk memastikan data yang diperoleh dari informan telah mencapai titik jenuh. Demikian juga dengan reduksi data dilakukan untuk memilih data primer sesuai dengan batasan permasalahan penelitian dan tujuan penelitian.

Atas dasar gap teori tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menghadirkan temuan dari pengembangan wisata desa yang dikelola oleh Bum Desa. Pengelolaan wisata desa oleh Bum desa tetap merupakan hal penting untuk dikedepankan diangkat sebagai alternatif jenis usaha/bisnis dari Bum

Desa. Argumen dasarnya, seperti halnya misi pembentukan Bum Desa adalah untuk memecahkan permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran melalui bisnis yang bersifat sosial. Dimana Bum Desa terlibat sebagai pengelola, dan pemilihan jenis usaha wisata desa didorong atas dasar kondisi objektif potensi desa.

Temuan penelitian ini adalah identifikasi atas potensi desa, menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata berdasarkan potensi desa. Dimana potensi sumber daya alam sebagai basis kegiatan pariwisata. *Kedua*, masalah bisnis inti Badan Usaha Milik Desa. Bum Desa membuka banyak unit usaha, termasuk usaha pariwisata. *Ketiga*, pemberdayaan komunitas. Pemberdayaan masyarakat menjadi nilai lebih dari kegiatan wisata desa karena memunculkan kegiatan ekonomi informal.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengertian

Penelitian ini membagi tulisan dalam beberapa bagian. Setelah pendahuluan sebagai latar belakang permasalahan, tulisan ini menjelaskan metode yang digunakan. Lalu pada bagian ketiga menghadirkan landasan teori sebagai pijakan akademik. Pada bagian temuan dan diskusi akan membahas temuan penelitian. Maka pada bagian ini, akan menjawab beberapa pertanyaan penting penelitian ini. Berdasarkan kajian terdahulu, gap empirik dan teoritik penelitian ini membangun permasalahan penelitian sebagai berikut: Bagaimana Bum Desa mengelola usaha wisata Desa berdasarkan potensi Desa? Bagaimana strategi Bum Desa mengelola usaha wisata desa meskipun bukan merupakan *core business*? Bagaimana pelibatan masyarakat desa dalam pengembangan usaha desa wisata?

metodologi kualitatif adalah “suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari

orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada setting dan individu secara holistik (utuh). Dengan demikian, penelitian tidak mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu melihat mereka sebagai bagian dari keseluruhan”. Sementara itu, penelitian deskriptif didefinisikan memiliki “tujuan penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang menggambarkan bentuk kata-kata dan bukan angka-angka sehingga apa yang dikumpulkan adalah kunci dari apa yang telah diteliti (Moleong, 2016)”.

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara mendalam kepada informan kunci. Sebagai informan

kunci penelitian ini adalah seluruh pengurus Bum Desa Sido Makmur dan Dewan Pengawas. Informan tambahan adalah kelompok masyarakat yang memperoleh dampak dari kegiatan unit usaha wisata desa.

Data sekunder diperoleh dari observasi lapangan, yaitu pengamatan terhadap rangkaian peristiwa terhadap proses terbentuknya Bum Desa Sido Makmur dan kegiatan bisnis wisata desa. Serta menelaah semua dokumen yang terkait subjek penelitian diantaranya: peraturan Pemerintah Desa, susunan pengurus Bum Desa Sido Makmur, dokumen kegiatan usaha Bum Desa terutama unit bisnis wisata desa.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi atas Potensi Desa

Identifikasi atas potensi desa menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata berdasarkan potensi desa. Dimana potensi sumber daya alam sebagai basis kegiatan pariwisata. Namun begitu, kemampuan sumber daya manusia, pengurus Bum Desa dan

penanggungjawab unit bisnis tidak mempunyai kemampuan untuk mengelola pariwisata alam. Bahkan nilai bisnis dalam pariwisata dengan *icon* Dewi Kalimayang ini tidak bisa dihadirkan. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa potensi desa hanya bertumpu pada keadaan sumber daya yang berbasis alam yang memang

secara geografis menjadi potensi yang melimpah dalam sudut pandang pariwisata seperti, perbukitan yang asri atau hutan tropis.

Namun demikian, pengelola Bum Desa kurang bisa menyelami dan merekrut pengelola wisata sebagai bagian tidak terpisahkan dalam hal melakukan manajemen bisnis pariwisata. Secara parsial, pengurus Bum Desa melakukan pengelolaan unit bisnis atas dasar “*yang penting ada yang mau dulu*” tetapi dasar pengetahuan atas manajemen pariwisata terpinggirkan. Akibatnya, wisata desa dengan *icon* Dewi Kalimayang (karena posisi pusat tujuan wisata yang ada di atas bukit/ketinggian) hanya sebatas eksis tetapi secara kontinuitas belum berhasil berjalan dengan baik.

Keberadaan Bum Desa sebagai kelembagaan ekonomi di tingkat desa atas konsekuensi UU desa, sejatinya menggali dan mengenali setiap unsur potensi desa. Dengan demikian, finansial yang diberikan oleh desa termanfaatkan pada kegiatan produktif, bernilai ekonomi dan mampu menyejahterakan masyarakat desa. Merujuk pada

konsep Kappera (2018) tentang dukungan finansial, keuangan hanya berasal dari pemerintah saja yaitu pemanfaatan dana desa yang terdistribusi untuk pembiayaan keuangan pemerintah desa dan pemberdayaan masyarakat dalam konteks ini penyertaan modal kepada Bum Desa. Sehingga menjadi sulit untuk melihat akses masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup yang terhubung secara langsung kepada unit bisnis Bum Desa. Padahal, salah satu indikator keberhasilan tergarapnya potensi desa adalah adanya pemberdayaan atau sifat-sifat terberdayakan dari kelompok masyarakat dalam batas yang jelas. Artinya, keberadaan desa, serta kemampuan menggali potensi desa tercerminkan dari kelompok masyarakat mengartikulasi potensi diri masing-masing untuk melakukan aktivitas ekonomi produktif dengan kelembagaan ekonomi yang dibentuk desa, dalam hal ini Bum Desa dengan unit bisnisnya, terutama unit bisnis wisata desa yang telah terbentuk. Jadi, pengembangan potensi diri disini bukanlah dilihat dari keberadaan

kelompok atau lembaga ekonomi yang telah eksis sebelum Bum Desa terbentuk.

Dukungan finansial kedua adalah bisnis dengan bisnis (*business to business*). Terkait dukungan finansial yang bersifat bisnis dengan bisnis dalam membangun unit usaha bisnis wisata desa oleh Bum Desa sejatinya telah dilakukan. Kerjasama tersebut dengan melibatkan perusahaan Perhutani. Meskipun bentuk dukungan finansial tersebut bukan dalam bentuk dana segar (*fresh money*) seperti penyertaan modal dari desa ke Bum Desa. Dalam konteks unit usaha wisata desa, dukungan finansial bisnis dengan bisnis (*business to business*) antara Bum Desa (yang diwakili desa) dengan Perhutani untuk memanfaatkan aset Perhutani yang kebetulan juga secara administratif masuk desa tersebut. Sayangnya, dukungan tersebut belum termaksimalkan dengan baik.

Berdasarkan Permen Desa No. 4 Tahun 2015 pasal 4 disebutkan persyaratan dalam pendirian Bum Desa harus mengandung syarat diantaranya adanya inisiatif

pemerintah desa dan/atau masyarakat desa serta potensi usaha ekonomi desa. Inisiatif pemerintah desa sudah diterjemahkan dalam pembentukan Bum Desa, tetapi seringkali muncul halangan ketika syarat tambahan disertakan yaitu mencari potensi desa. Potensi desa disederhanakan dalam bisnis dengan penyerapan setoran modal kepada Bum Desa. Pada kasus tertentu, model bisnis dapat modal ini berjalan. Dalam penelitian ini misalnya, unit bisnis pertokoan berjalan tetapi tidak memberikan nilai lebih kepada produktivitas ekonomi masyarakat karena sifatnya yang hanya jual beli produk semata, dan juga belum memberikan sumbangsih Pendapatan Asli Desa (PADes) ke desa. Lebih parah lagi, unit bisnis tidak *compatible* dengan lingkungan sekitar. Seperti unit bisnis Lumbung yang mengacu pada hasil panen masyarakat. Sebab model bisnis ini, masyarakat desa telah mempunyai relasi bisnis hasil panen dengan perusahaan beras (baca; penggilingan padi) yang telah eksis terlebih dahulu. Demikian juga unit bisnis simpan-pinjam, tidak *compatible* dan

kalah bersaing dengan model bisnis pembiayaan seperti koperasi atau perbankan yang masuk desa.

Amanah Permen Desa No. 4 Tahun 2015 juga menyoal tentang sumber daya alam; bahwa pembentukan unit bisnis juga harus melihat konteks ketersediaan sumber daya alam. Unit usaha wisata desa, dalam penelitian ini bisa dibilang syarat terpenuhi meskipun masih bersifat permulaan. Sebab pada tahap selanjutnya, terkait dengan bagaimana mengelolah adalah persoalan yang lain. Keberadaan sumberdaya manusia mengelola Bum Desa, khusus mengelola wisata juah panggang dari api. Sehingga penyertaan modal dari pemerintah desa baik dalam bentuk transfer uang segar dan penggunaan aset (kekayaan desa) tidak terkelola secara akuntabel-transparan dalam membangun usaha Bum Desa.

3.2 Strategi Pengembangan Wisata Desa: Problem dan Tantangan

Persoalan Bum Desa adalah kesulitan menentukan bisnis inti yang mau dijalankan. Bum Des

membuka banyak unit usaha, termasuk usaha wisata desa dimana hampir semua unit bisnisnya bukan *core business* dari Bum Desa. Termasuk di dalam unit usaha wisata desa juga bukan bisnis inti dari Bum Desa ini tetapi mendapatkan momentum ketika sektor pariwisata sedang *booming*.

Oleh karena itu, strategi pengembangan unit wisata ini lebih mengikuti tren yang terjadi di pasar. Strategi yang dilakukan hanya promosi murah melalui media sosial. Menjadi percuma, ketika semua promosi yang dilakukan hampir sama dengan yang dilakukan oleh pesaingnya. Bahkan dalam lingkup lokalpun, strategi ini tidak menunjukkan keberhasilannya.

Namun demikian upaya untuk menggabung konsep strategi unit usaha wisata ini mencoba menyesuaikan dengan konsep organisasi publik dalam menemukan pola implementasi dari fungsi komersial dan fungsi sosial Bum Desa dalam pemberdayaan masyarakat, Jadi yang diutamakan sejatinya terletak pada usaha untuk

memperdayakan kelompok masyarakat.

1. Kapasitas Sumber Daya Manusia (*Human Resources Capability*)

Persoalan utama dari pengelolaan Bum Desa adalah sumber daya manusia. Kapasitas sumber daya manusia di desa tidak sepenuhnya rendah. Namun demikian, penggunaan sumber daya manusia yang mempunyai kapasitas bukan masalah yang mudah untuk diperoleh. Sebagai kelembagaan ekonomi baru, Bum Desa memilih menggunakan sumber daya manusia yang terhubung dengan personil atau aparat desa. Ada beberapa hal yang melatarbelakanginya diantaranya.

Pertama, potensi keuntungan Bum Desa yang masih sangat samar. Ketika Bum Desa didirikan dan unit bisnis dibentuk yang melakukan kegiatan selalu pengurus Bum Desa. Selainnya, karena tidak digaji, hal lainnya seringkali Bum Desa hanya digunakan syarat

untuk memperoleh transfer dana desa dari pemerintah pusat. Dengan kata lain, Bum Desa hanya menjadi formalitas institusi. Sehingga, tidak ada semangat untuk mencari sumber daya terbaik yang ada di desa.

Kedua, faktor politik. Persoalan politik disini harus dipandang dari dua sisi. Dari sudut pandang pihak yang berkuasa di desa, menempatkan orang-orang yang terpercaya pada pos strategis merupakan usaha untuk menjaga kekuasaan di level desa. Hal tersebut menguatkan pandangan para ahli tentang patron dengan klien. Dimana pihak-pihak berwenang di desa (dari kepala desa, pamong desa, Dewan Perwakilan Desa, kepala dusun dan pihak-pihak selevel) sebagai patron dan mereka yang menduduki posisi strategis seperti pengurus Bum Desa sebagai klien. Dari sudut pandang profesional, sumber daya manusia terbaik diluar hubungan patron-klien juga memandang jabatan seperti

pengurus Bum Desa sebagai jabatan politis.

2. Nilai-nilai Bisnis dalam Wisata (*Business Values in Tourism*)

Bisnis wisata mempunyai nilai-nilai yang berbeda dengan bisnis lainnya yang menekankan pada produk. Sementara bisnis wisata, termasuk wisata desa sangat terkait dengan pelayanan meskipun produk wisata tetap melekat. Dalam konteks penelitian ini, misalnya pengurus Bum Desa masih melihat bahwa produk wisata yaitu objek wisata merupakan satu-satunya nilai bisnis.

Wisata tersebut mengandung potensi yang sangat besar, oleh karena itu banyak objek sport wisata yang dimiliki Dewi Kalimayang seperti Rest Area, Negri Dewi – Dewi, Air Terjun Curah Urang, Air Terjun Lawang Prawan, Watu Langgar. Tetapi hal tersebut belum cukup untuk menciptakan nilai lebih tanpa ada manajemen pelayanan yang baik. Meskipun harga untuk bisa berwisata yang

tawarkan cukup murah, tetapi hal tersebut belumlah cukup untuk mengangkat pariwisata ini bersaing dengan *competitor* yang ada. Apalagi, promosi yang dilakukan belumlah masif. Meskipun secara formal mengatakan bahwa promosi dilakukan secara offline dan online. Tetapi dalam praktiknya, sangat jauh dari idealitas. Buktinya akun official resmi tujuan wisata ini sudah tidak update.

3.3 Pemberdayaan Komunitas

Pemberdayaan masyarakat menjadi nilai lebih dari kegiatan wisata desa karena memunculkan kegiatan ekonomi informal. Meskipun dalam pengembangan wisata desa tidak secara langsung melibatkan komunitas tertentu, tetapi berdampak pada terbukanya pekerjaan baru secara informal berupa kemunculan lapak-lapak dagang yang dikoordinasi oleh Bum Desa. Tantangan terbesarnya adalah menjadikan wisata desa ini berjalan secara lebih rutin bukan hanya skala mingguan atau bulanan.

Bum Desa membuka banyak unit usaha, termasuk usaha pariwisata. Bum Desa tersebut bernama Sido Makmur, terdiri dari unit usaha: Lumbung Pangan, Pertokoan, simpan pinjam dan wisata. Wisata desa bukan *core business* dari Bum Desa tetapi

mendapatkan momentum ketika sektor pariwisata pedesaan sedang *booming*. Untuk menjalankan bisnis wisata desa, strategi yang dilakukan: promosi murah melalui media sosial, namun berjalan dengan sangat sederhana dan belum maksimal.

IV. KESIMPULAN

Keberlangsungan wisata desa yang melibatkan Bum Desa sebagai operator merupakan fenomena umum yang terjadi di Indonesia. Tantangan utama adalah bagaimana pembentukan unit bisnis dari Bum Desa dibangun berdasarkan potensi desa. Namun demikian, keberhasilan identifikasi potensi desa hanya tahap awal menentukan unit bisnis.

Faktor selanjutnya adalah ditentukan oleh kapasitas pengelola Bum Desa atau pelaksana unit bisnis untuk jalankan. Selain sumber daya manusia yang relatif kurang dalam pemahaman menjalankan bisnis, kurang pengalaman dalam mengurus lembaga ekonomi merupakan

kendala mencapai kesuksesan unit bisnis Bum Desa.

Selain hal di atas, nilai-nilai bisnis yang dicanangkan dalam unit bisnis (dalam hal ini bisnis wisata desa) juga belum cukup dimiliki oleh pengelola. Nilai-nilai bisnis itu, misalnya menerjemahkan *sustainability* dalam proses pembentukan bisnis (dukungan finansial diperoleh dan digunakan), pelaksanaan bisnis dan dampak yang ditimbulkan. Akibatnya, pola lama kembali terulang. Yaitu Bum Desa, tetap eksis tetapi tidak mampu memberikan sumbangsih pendapatan asli kepada desa. Dan kegiatan unit bisnis Bum Desa ini belum menciptakan pemberdayaan secara masif tetapi masih pemberdayaan secara terbatas

kepada kelompok-kelompok informal dengan skala pemberdayaan kecil dan nilai tambah juga kecil.

Terlepas dari semuanya, munculnya desa wisata menjadi tujuan wisata alternatif wisata. Dan

dimasa depan pada tingkat tertentu berpotensi menjadi usaha yang menjanjikan asalkan berangkat dari kemampuan dan pengembangan potensi desa serta memperbaiki halangan yang mengelilinginya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmuni, Rohim, dan Trihartono, Agus. 2020. *Minimizing Brain Drain: How BumDes Holds the Best Resources in the Villages*. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 485 (2020) 012011, 2020-06-02)
- Arifin, Bondi. Dkk. 2020. *Village fund, village-owned-enterprises, and employment: Evidence from Indonesia*. [Journal of Rural Studies Volume 79](https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.052). Hal 382-394. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.052>
- Bagnoli, Luca and Megali, Cecilia. (2009). "Measuring Performance in Social Enterprises". *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* (December), <http://nvs.sagepub.com/content/early/2009/0899764009351111>
- Bazneshina, Sepideh D. Hosseinib, D.Bagher dan Azeri, Amir R.K. 2015. *The Physical Variables of Tourist Areas to Increase the Tourists' Satisfaction Regarding the Sustainable Tourism Criteria: Case study of Rudsar Villages, Sefidab in Rahim Abad*. / *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 201, hal 128 – 135 doi: 10.1016/j.sbspro.2015.08.141
- Cooney, Kate. 2010. "An Exploratory Study of Social Purpose Business Models in the United States". *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* (January), <http://nvs.sagepub.com/content/early/2010/01/22/0899764009351591>
- Costanzo, L. A., C. Vurro, D. Foster, F. Servato, and F. Perrini (2014). "Dual-Mission Management in Social Entrepreneurship: Qualitative Evidence from Social Firms in the United Kingdom," *Journal of Small Business Management* 52(4), 655–677.
- Desembrianita, Eva. Maruf, Nirwanto. Wijayanti, Tri. Wasik, Zainul dan Jumadi, Jumadi. 2021. *The Implementation of the Sociopreneur Strategy in the Role of Raharjo Village Owned Enterprises (BUMDES) in the Development of the Strawberry Barn Tourist Village, Batu City*. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)

- Volume 4, No. 4. Hal 7920-7931.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2710>
- Herranz, Joaquin Jr., Logan R, Council dan Brenna, McKay. (2010). "Tri-Value Organization as a Form of Social Enterprise: The Case of Seattle's Fare Start". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, forthcoming, <http://nvs.sagepub.com/content/early/2010/06/01/0899764010369178>
- Kapera, Izabela. 2018. *Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland. Journal Sustainable Cities and Society Volume 1. Hal 1-27* DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.05.001>
- Moleong, Lexy, J. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pornomo, Singgih. Rahayu, Endang. S. Riani, Asri. L. Suminah, Suminah dan Udin, Udin. 2020. *Empowerment Model for Sustainable Tourism Village in an Emerging Country*. Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 2. 261-27
doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.261
- Sidik, Fajar. 2015. *Menggali Potensi Lokal Mewujudkan Kemandirian Desa*. Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik Vol 19 No 2, hal 115-13.
<http://journal.ugm.ac.id/jkap>
- Singgih, Mohamad N. 2021. *Development Competitiveness Model Of Village Owned Enterprises (BUMDes) Through The Global Competition*. International Journal of Science, Technology & Management ISSN: 2774-5406. Hal 1102-1112.
<https://ijstm.inarah.co.id/>
- Sumiasih, Kadek. 2018. *Peran BUMDes Dalam Pengelolaan Sektor Pariwisata (Studi di Desa Pakse Bali, Kabupaten Klungkung)*. Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal), Vol. 7 No. 4, hal 565-585. DOI: 10.24843/JMHU.2018.v07.i04.p10
- Wahab, Salah. 2003. *Managemen Kepariwisataaan*. Jakarta. Pradnya Paramitha.
- Wang, Ligu dan Yotsumoto. 2019. *Conflict in Tourism Development in Rural Cina*. Tourism Management. Volume 70. Hal 188-200.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.012>
- Wilson, Suzanne. Fesenmaier, Daniel R. Fesenmaier, Julie dan Van Es, John C. 2014. *Factors for Success in Rural Tourism Development*. Journal of Travel Research. Vol. 40, hal 132-138 Sage Publications DOI: 10.1177/004728750104000203
- Yudiardi, Dodi dan Karlina, Nina. 2017. *Identification of Supporting and Inhibiting Factors of BUMDES (Village Owned Enterprises) Village Development Planning in Sukarame Darut*. Global Journal of Politics and Law Research. Vol.5. Hal 1-14.
www.eajournals.org