

MEDIA DIGITAL UNTUK PENGEMBANGAN PARIWISATA EMBUNG BANYU LUMUT

Prihandono Wibowo¹, Roziana Febrianita², Renitha Dwi Hapsari³, Eva Novi Karina⁴

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya
Email: prihandonowibowo3@gmail.com

ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial untuk pengembangan sekaligus promosi destinasi pariwisata sedang gemar dilakukan oleh masyarakat Indonesia, baik dari pihak pemerintah maupun swasta. Maka tulisan ini akan sedikit banyak menjelaskan hal yang sama. Secara spesifik tulisan ini akan membahas pengembangan destinasi wisata dengan menggunakan salah satu media sosial, yakni Instagram. Destinasi wisata yang sedang kami kembangkan ada di desa Tegaren, Kecamatan Tugu, Kabupaten Trenggalek. Terdapat tiga (3) destinasi wisata di Tegaren, yakni embung, goa, dan curug (air terjun). Pengabdian masyarakat yang telah kami lakukan masih berfokus pada satu destinasi wisata, yakni embung. Embung di desa Tegaren tersebut dinamakan Banyu Lumut. Tulisan ini berusaha untuk memberikan eksplanasi pengembangan destinasi wisata melalui media sosial. Dalam tulisan ini akan digunakan konsep pariwisata yang berpihak pada masyarakat miskin (*pro-poor tourism*), rantai nilai pariwisata (*tourism value chain*), dan pemberdayaan ekonomi produktif. Pendekatan *pro-poor tourism* digunakan sebagai langkah alternatif dari ekowisata (*ecotourism*) yang pada nantinya diharapkan lebih bergerak pada kegiatan pengembangan padat karya ketimbang padat modal. Pengabdian masyarakat yang kami lakukan telah menghasilkan luaran berupa sebuah akun Instagram @banyulumut yang kemudian dapat digunakan oleh pemerintah desa Tegaren untuk mempromosikan pariwisata Tegaren. Pengabdian masyarakat kami akan berlanjut pada tahapan penandatanganan nota kesepahaman.

Kata-Kata Kunci: *pariwisata, media sosial, embung, pemberdayaan, pengabdian masyarakat*

PENDAHULUAN

Desa Tegaren merupakan salah satu desa yang tengah berkembang di Kabupaten Trenggalek. Desa ini memiliki luas sebesar 522,76 Ha dengan kawasan Hutan Negara sekitar 120 Ha. Tegaren memiliki iklim tropis dengan rata-rata suhu 27⁰ C dan rata-rata curah hujan 1.761 mm per tahun. Potensi yang dimiliki oleh desa ini terutama adalah hasil pertanian seperti jagung, singkong, tembakau, dan padi. Selain itu sebagian penduduk desa pada waktu tertentu mengolah bambu untuk dijadikan anyaman bambu.

Desa Tegaren juga memiliki potensi ekonomi berupa objek wisata. Terdapat tiga kategori objek wisata yang belum dikembangkan oleh desa tersebut, di antaranya gua, air terjun, dan embung. Sebagai desa yang

ingin mengembangkan perekonomiannya, pemerintah Desa Tegaren memiliki perencanaan untuk membuka objek wisata dengan pengembangan kawasan embung, air terjun, dan gua merupakan (Firdaus, 2018).

Perencanaan pemerintah Desa Tegaren sejalan dengan garis besar rencana pembangunan Kabupaten Trenggalek oleh pemerintah daerah. Orientasi pembangunan oleh pemerintah daerah diantaranya menitikberatkan pembangunan sektor pariwisata. Bahkan sektor pariwisata direncanakan sebagai salah satu pilar ekonomi Trenggalek. Hal tidak terlepas dari potensi Trenggalek yang berada di pesisir serta memiliki struktur panorama alam yang alami. Orientasi tersebut dipertegas dengan penyesuaian regulasi Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 25 Tahun 2016 (Kabupaten Trenggalek 2016) tentang Kepariwisata

dan dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Trenggalek tahun 2016-2021. Kabupaten Trenggalek juga menjadikan daerah pesisir (pariwisata), perikanan, dan pelabuhan laut sebagai satu integrasi kawasan.



Gambar 1. Embung Banyu Lumut, Desa Tegaren

Pada sisi yang lain, dengan disahkannya Undang-Undang Desa (UU Desa) pada tahun 2013 lalu, maka desa akan mendapat dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Nasional (APBN) sekitar 1 milyar rupiah per tahun. Dengan diberlakukannya UU Desa tersebut, diasumsikan desa akan dapat memaksimalkan potensi yang dimilikinya. Asumsinya, dengan potensi yang dikembangkan, konsekuensinya pendapatan desa meningkat. Asumsi logis lainnya adalah kesejahteraan masyarakat Desa juga meningkat. Dengan adanya *roadmap* kepariwisataan oleh pemerintah daerah Kabupaten Trenggalek, diturunkannya Perda (Peraturan Daerah) tentang Kepariwisataan, dan didukung oleh pengesahan UU Desa di tahun 2013, maka pemerintah Kabupaten Trenggalek tengah mempersiapkan daerahnya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di pesisir selatan Jawa.

Pemerintah Desa Tegaren menyambut perencanaan pembangunan oleh pemerintah daerah. Pada tahun 2016, pemerintah desa telah menetapkan perencanaan embung desa sebagai salah satu obyek wisata yang akan dikembangkan (Eddy, 1994). Embung desa tersebut bernama Embung Banyu Lumut. Nama Banyu Lumut sendiri datang dari rembug Pemerintah Desa dan Perum Perhutani ketika banyak orang memancing menggunakan umpan lumut dengan air yang selalu jernih. Embung Banyu Lumut memiliki tiga fungsi strategis bagi Desa Tegaren (Firdaus, 2018).

Pertama, embung tersebut merupakan sumber air desa, khususnya bagi warga RT 11 dan 12 Dusun Tompe, Tegaren. Kedua, air yang berasal dari embung bisa menjadi sumber pengairan untuk usaha bidang perikanan dengan menggunakan kolam terpal untuk lele atau mujair yang tidak memerlukan air mengalir. Air kolam juga bisa untuk penyiraman buah karena mengandung unsur hara dari kolam.

Ketiga, air dari embung dapat dijadikan sumber pengairan tanaman hortikultura dan dapat diolah menjadi “wisata swapetik. Cara kerja kehidupan di sekitar embung bisa menjadi potensi wisata edukasi (eduwisata) yang mengajarkan tentang pertanian dan pengelolaan wisata. Warga desa juga bisa memanfaatkan potensi embung dengan melakukan penanaman buah dan mengubahnya menjadi “wisata petik buah.” Dengan direncananya Embung Banyu Lumut sebagai obyek wisata, diharapkan mampu mendorong ekonomi warga dan desa

Penetapan perencanaan tersebut merupakan langkah awal, karena sejak dibangun 1997, embung hanya difungsikan sebagai tempat penampung air. Terlebih, sejak dibangun tahun 1997, embung cenderung terabaikan dan tidak terawat. Kegiatan dan budaya kerja bakti oleh masyarakat juga semakin jarang Pengelolaan embung masih belum maksimal dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat akan kelestarian embung. Pengembangan embung yang masih belum maksimal juga disebabkan karena kurangnya rekanan pengembangan. Letak posisi geografis desa yang terletak di pinggiran kabupaten juga berkorelasi dengan rendahnya kunjungan dari masyarakat luar daerah.

Jika diteliti lebih dalam, setidaknya terdapat dua masalah mendasar mengenai pengembangan embung. Pertama, adalah masalah kesadaran. Rendahnya tingkat kesadaran untuk mengembangkan embung menyebabkan embung terbengkalai selama bertahun-tahun. Kedua adalah masalah kualitas sumber daya manusia. Permasalahan kualitas sumber daya manusia menyebabkan masyarakat tidak memahami langkah strategis untuk pengembangan dan pengelolaan

potensi sebuah objek wisata. Pengelolaan yang buruk dikarenakan kualitas sumber daya manusia yang masih rendah (Hendri dkk, 2016). Sedangkan kualitas sumber daya yang masih rendah juga disebabkan oleh *mismanagement* dari periode pemerintahan desa sebelumnya yang kurang memperhatikan peningkatan kualitas sumber daya manusia (Huda 2011). Akibatnya lainnya adalah tidak terdapat *masterplan* pengembangan embung. Kedua hal tersebut lantas berkelindan menghambat perencanaan dan upaya pengembangan embung sebagai objek wisata andalan Desa Tegaren. Menurut salah satu aparatur desa Tegaren, pengembangan embung yang dibangun pada tahun 1997 masih stagnan. Hingga 2017, masih belum ada tindak lanjut konkrit dari pemerintah desa dan masyarakat desa untuk pengembangan embung lebih lanjut yang dicanangkan pada 2016.

Karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis dalam pengembangan embung. Diskusi antar pemangku kepentingan, perencanaan berjangka, pemberdayaan masyarakat dan pendampingan teknis menjadi hal vital bagi pemerintah Desa Tegaren. Tim Program Pengabdian Masyarakat dari UPN Veteran Jawa Timur berupaya berkontribusi dalam langkah tersebut. Tim pengabdian masyarakat kami berupaya menjadi fasilitator untuk mempertemukan para pihak dalam menyusun rencana strategis pengembangan kawasan embung. Selain itu, tim pengabdian masyarakat juga menawarkan penyuluhan dan pendampingan teknis, khususnya dalam hal penggunaan media digital sebagai sarana pengembangan pariwisata embung Banyu Lumut.

BAHAN DAN METODE

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada pembangunan kapasitas dan pengembangan sumber daya manusia yang berkaitan dengan pemahaman dan penggunaan teknologi untuk mendukung pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini pertama-pertama akan dibuatkan daftar pertanyaan untuk kemudian ditanyakan sesuai dengan metode *interview* (wawancara). Selain wawancara,

pengabdian masyarakat ini juga menggunakan metode observasi. Metode observasi digunakan untuk memberikan keseimbangan informasi akan pembangunan dan pengembangan desa wisata Tegaren.

Adapun metode untuk mencari solusi yang ditawarkan dalam mengatasi permasalahan kurangnya sosialisasi daerah wisata melalui media sosial, dalam hal ini Instagram kepada penduduk desa, adalah sebagai berikut:

- 1) Penyuluhan Penggunaan Media Sosial. Sasaran kegiatan penyuluhan adalah penduduk desa terutama yang aktif sebagai pengurus badan usaha milik desa; yang nantinya berfungsi sebagai pengelola akun media sosial potensi wisata di desa Tegaren. Kegiatan penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan media sosial, khususnya instagram, untuk promosi potensi wisata desa Tegaren, dalam hal ini embung Tegaren. Dalam metode ini akan memaparkan berbagai studi kasus dan contoh-contoh penggunaan instagram untuk promosi tempat wisata yang telah ada. Sehingga diharapkan pengurus Karang Taruna dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) akan memiliki kemampuan untuk mengelola dan mendampingi penggunaan instagram pada muda – mudi desa anggota karang taruna untuk pengelolaan akun lebih lanjut.
- 2) Pelatihan Pendampingan Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan Wisata pada Karang Taruna dan Pengurus BUMDes. Pengurus BUMDes seyogyanya memiliki pemahaman akan potensi wisata di desanya yang dapat dikembangkan lebih jauh. Sedangkan di era digital sekarang ini, pengembangan potensi wisata tersebut tentunya dapat dilakukan secara maksimal bila didukung dengan penggunaan media-media sosial untuk dapat menjangkau sasaran yang lebih luas lagi. Media sosial merupakan fenomena era digital yang lebih akrab pada generasi muda. Sehingga pelatihan penggunaan media sosial, khususnya instagram pada penduduk desa Tegaren akan dibagi menjadi

dua tahap; yang pertama, pembinaan kesadaran akan pentingnya penggunaan media sosial untuk pengembangan wisata pada BUM desa. Sementara yang kedua, pelatihan penggunaan akun instagram sebagai media promosi pada anggota karang taruna desa Tegaren. Rencananya akan dilakukan praktek langsung terkait pelatihan pembuatan akun instagram untuk potensi wisata desa Tegaren kemudian penggunaan media visual serta teks yang sekira dapat mempromosikan potensi wisata desa Tegaren serta pemasaran wisata lebih lanjut.

Selain melalui penyuluhan dan pelatihan, dalam melakukan pengabdian masyarakat di Tegaren, tim pelaksana pengabdian masyarakat juga menerapkan metode pembangunan partisipatif. Arti dari metode partisipatif adalah penitikberatan peran serta masyarakat lokal dalam hal pembangunan dan pengembangan desa wisata Tegaren.

Lahirnya pemikiran pembangunan partisipasi dilatarbelakangi oleh program, proyek, dan kegiatan pembangunan masyarakat yang datang dari atas atau dari luar komunitas. Faktanya, konsep pembangunan ini sering gagal dan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Untuk itu, diperlukan seperangkat teknik-teknik yang dapat menciptakan kondisi adanya keberdayaan masyarakat melalui proses pemberdayaan masyarakat secara partisipatif. Salah satu agen internasional, Bank Dunia misalnya, percaya bahwa partisipasi masyarakat di negara dunia ketiga merupakan sarana efektif untuk menjangkau masyarakat termiskin melalui upaya pembangkitan semangat hidup untuk dapat menolongdiri sendiri (Siswanto, 2008).

HASIL DAN DISKUSI

Dalam rangka pengarusutamaan *pro-poor tourism*, kondisi di desa Tegaren bisa masih dalam proses menapaki peningkatan kesejahteraan yang didapat dari peningkatan pendapatan karena pariwisata. Jika memang konsep *pro-poor tourism* ditujukan untuk memiliki kontribusi akan pengurangan tingkat kemiskinan pada suatu daerah (Hall, 2007), maka pada kasus desa Tegaren, hal tersebut sejatinya sudah bisa

terwujud. Menurut keterangan beberapa *stakeholders* di desa, proses pengurangan kemiskinan melalui adanya pembukaan pariwisata embung desa telah berhasil. Hal ini diindikasikan dengan adanya pendapatan yang masuk ke warga desa yang berjualan di sekitar lokasi embung. Pada hari Sabtu dan Minggu saja, masyarakat mendapatkan omzet Rp. 200.000,- per hari. Masyarakat yang dimaksud tersebut adalah para perempuan petani yang kesehariannya membantu kegiatan di ladang. Jika nominal omzet tersebut dihitung sebagai konstanta dan diukur pada frekuensi satu bulan penuh hanya di Sabtu dan Minggu, maka sebenarnya warga desa Tegaren telah mendapatkan rata-rata US\$ 3,8 (dengan kurs Rp 1 = US\$ 14.000). Maka, memang terjadi peningkatan kesejahteraan ekonomi pada warga desa Tegaren sebagaimana mereka telah melewati ambang batas kemiskinan menurut Bank Dunia (Cole dan Morgan, 2010).

Namun demikian, perlu kiranya kami garisbawahi bahwa pertumbuhan ekonomi dari pariwisata embung Banyu Lumut desa Tegaren masih ringkih. Ada beberapa argumentasi yang membuat kami berpikir bahwa mengapa pertumbuhan ekonomi desa Tegaren oleh perkembangan embung Banyu Lumut masih perlu diantisipasi.

Pertama, perlu adanya antisipasi fenomena “sekali kunjungan sudah cukup”. Fenomena seperti ini kiranya masih cukup banyak terjadi di beberapa kawasan pariwisata. Hal ini pun sebenarnya juga telah terkonfirmasi oleh frekuensi kunjungan beberapa orang yang datang ke embung Banyu Lumut sekali saja untuk melihat dan kemudian tidak kembali lagi. Perlu diingat bahwa embung desa Tegaren ini masih dua tahun dikembangkan dan itu pun masih belum maksimal. Kedua, yaitu *tourism value chain* yang dikembangkan di desa Tegaren masih belum maksimal dan sempurna. Hal ini juga yang mendukung lemahnya durabilitas kunjungan warga ke embung Banyu Lumut. Infrastruktur sudah ada pembenahan dengan dilakukannya pengaspalan pada jalan/akses menuju lokasi embung. Jadi, karena *tourism value chain* dari embung Banyu Lumut belum sepenuhnya terbangun,

maka pariwisata desa Tegaren sebenarnya masih belum menemukan bentuk keberlangsungannya. Argumentasi ketiga adalah belum maksimalnya pemahaman warga sekitar akan pengelolaan dan pengembangan pariwisata berdasarkan konservasi alam (*ecotourism*) dan konsep *pro-poor tourism*. Memang pada akhirnya, seluruh pengembangan pariwisata akan berdampak positif pada peningkatan ekonomi warga maupun desa. Namun, hal yang perlu diingat adalah konsep *ecotourism* dan *pro-poor tourism* merupakan konsep yang harus sejalan dengan pelestarian alam ketimbang eksploitasi alam. Maka, dua konsep tersebut harus diiringi dengan semangat untuk membangun ekosistem yang tidak hanya berdaya, namun juga sehat berkelanjutan. Untuk menjaga kekuatan pengembangan pariwisata desa Tegaren, maka perlu adanya antisipasi akan hal tersebut.

Oleh karenanya, kami mengambil langkah untuk mengenalkan media digital sebagai promosi awal destinasi wisata yang sedang dibangun di desa Tegaren. Media digital yang kami tawarkan untuk dimanfaatkan adalah media sosial Instagram. Pemanfaatan Instagram lebih kami tawarkan karena media sosial ini sangat dekat dengan gaya hidup pemuda sekarang ini. Menyasar segmentasi pemuda dirasa sangat penting bagi kami untuk pengembangan embung Banyu Lumut karena kondisi di desa Tegaren yang juga minim partisipasi pemuda dalam pembangunan desa Tegaren.

Pengenalan media digital sebagai kanal promosi destinasi wisata kami rasa sangat penting untuk dua hal, yang paling utama. Kedua hal tersebut adalah 1) pengenalan desa Tegaren secara visual dan naratif, dan 2) untuk menarik perhatian para pemuda desa Tegaren sendiri agar ikut serta secara aktif dalam proses pengembangan destinasi wisata embung Banyu Lumut di desa Tegaren. Pengenalan destinasi wisata melalui visualisasi lokasi dan narasi merupakan prioritas kami. Dengan diprioritaskannya visualisasi lokasi dan narasi, kami berharap promosi melalui media digital bisa menarik tidak hanya orang yang ingin melihat pemandangan, tapi juga orang yang ingin

menyaksikan langsung cerita pengembangan kemajuan destinasi wisata embung Banyu Lumut. Penarikan pemuda juga sama pentingnya. Dengan harapan bahwa pengembangan destinasi wisata melibatkan pula para pemuda di desa Tegaren, maka sebisa mungkin para pemuda desa juga terlibat semenjak awal. Keterlibatan pemuda ini bisa melalui organisasi seperti Karang Taruna dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau juga melalui individu. Atas dua dasar itulah kemudian Instagram dipilih sebagai media digital yang kami kembangkan bersama.

Instagram dengan nama aku @embungbanyulumut telah diinisiasi dan sekarang masih dikelola oleh tim pengabdian masyarakat UPN “Veteran” Jawa Timur untuk desa Tegaren. Unggahan awal pada akun ini dilakukan pada 30 Juli 2018 yang lalu dengan foto kunjungan tim pengabdian masyarakat ke embung Banyu Lumut desa Tegaren. Sampai dengan artikel ini ditulis, total unggahan akun Instagram @embungbanyulumut adalah 18 unggahan dengan 24 jumlah pengikut. Angka dan intensitas tersebut tergolong lebih baik jika dibandingkan dengan beberapa akun Instagram lainnya, seperti @embungkledung dengan pertama kali unggah pada 18 April 2016 namun sampai saat ini hanya 6 unggahan total dan 73 pengikut dan akun @embung_kuniran_hits yang pertama kali unggah pada 10 Oktober 2017 dan sampai saat ini hanya 5 unggahan dan 43 pengikut.



Gambar 2. Penyuluhan Media Digital di Tegaren



Gambar 3. Penjelasan Keunggulan Instagram

Bertambahnya pengikut @embungbanyulumulut tidak lepas dari pengaruh kekuatan yang dimiliki oleh platform media sosial Instagram, yakni kekuatan tagar (*hashtag*) dan kekuatan viral. Dengan menambahkan tagar pada setiap unggahan, maka sistem dalam Instagram akan secara otomatis membantu unggahan kita untuk dipromosikan oleh Instagram. Promosi otomatis oleh Instagram ini diperoleh melalui mekanisme “*search*” yang ada di Instagram.

Sejauh ini, ada beberapa tagar yang digunakan pada setiap unggahan akun @embungbanyulumulut, yakni #trenggalekhits, #visittrenggalek, dan #pesonatrenggalek. Dengan menggunakan tagar ini, ketika warganet yang kemudian menggunakan Instagram dan melakukan pencarian berdasarkan tagar-tagar tersebut, maka unggahan akun @embungbanyulumulut akan juga muncul pada beranda/*home/feed* yang ada di akun Instagram warganet tersebut. Dengan semakin banyak pencarian atas tagar-tagar yang telah disebutkan tadi, maka sebuah unggahan bisa dengan mudah *ter-viral*-kan pada media sosial Instagram.

Dengan cara seperti itulah promosi melalui media digital Instagram dilakukan. Sejak mulai bertambahnya pengikut @embungbanyulumulut secara signifikan, pemerintah desa Tegaren juga berinisiatif untuk meluncurkan akun Instagram mereka yang bernama @pemdestegaren. Walaupun sampai saat ini akun @pemdestegaren masih terbilang baru, namun semangat untuk terus mempromosikan destinasi wisata embung Banyu Lumut juga tersampaikan melalui unggahan-unggahan @pemdestegaren.

Pada akhirnya, tahun 2018 ini desa Tegaren masuk nominasi tiga besar kategori pembangunan desa Soetran Award Trenggalek 2018. Soetran Award sendiri merupakan langkah apresiasi dari pemerintah Kabupaten Trenggalek untuk desa-desa inovatif dan berkinerja bagus. Hal ini mengindikasikan bahwa keseriusan pemerintah desa dalam hal pengembangan dan pembangunan desa wisata Tegaren bisa berbuah dan dinikmati oleh seluruh masyarakat di desa Tegaren.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat (PIKAT) yang telah dilakukan dan diselesaikan dengan baik, maka kesimpulan sebagai berikut: **Pertama**, Aktifitas yang telah dilakukan : 1) Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial; sasarannya adalah penduduk desa yang aktif sebagai pengurus badan usaha milik desa; bertujuan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan media sosial, khususnya instagram sebagai media promosi embung Tegaren, 2) Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengembangan Wisata pada Karang Taruna dan Pengurus BUMDes. Pendampingan pemanfaatan media sosial dibagi menjadi dua tahap; pertama, pembinaan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan media sosial untuk pengembangan wisata pada BUM desa. Kedua, pelatihan penggunaan akun instagram sebagai media promosi pada anggota karang taruna desa Tegaren. **Kedua**, Telah dilakukan juga FGD (*Forum Group Discussion*) dengan pemerintah desa dan karang taruna yang menghasilkan gambaran riil terkait hambatan dalam pengembangan embung, profil masyarakat Desa Tegaren serta kesepakatan pembentukan *roadmap* kerjasama pengembangan objek embung antara tim pengabdian masyarakat dengan perangkat dusun dan desa. Dalam FGD tersebut telah disepakati pula pelibatan tim penyusun dalam rencana penandatanganan MoU dan penyusunan *masterplan*. **Ketiga**, Didapatkan luaran berupa sebuah akun Instagram @banyulumulut yang untuk seterusnya difungsikan oleh pemerintah desa Tegaren sebagai media promosi wisata embung Banyu Lumut.



Figure 4. Foto bersama dengan warga

DAFTAR PUSTAKA/RUJUKAN

- Cole, S., & Morgan, S. 2010. *Tourism and Inequality: Problems and Prospects*. Oxfordshire UK: CAB International.
- Purnomo, Eddy. 1994. *Embung Kolam Penampung Air*. Puslitbang Tanaman Pangan, Badan Litbang Pertanian, Deptan, 1994.
- Firdaus, Praja. 2018. *Embungku Banyu Lumut: Satu Atap Bersama Tangan Rakyat Tradisi Membangun Desa Dan Ekonomi Pinggiran*. Presentasi Soetran Award 2018 Kabupaten Trenggalek, 23 Agustus 2018.
- Hall, C. M. 2007. *Pro Poor Tourism: Who Benefits? Perspective on Tourism and Poverty Reduction*. England: Channel View Publication.
- Hendri, Sapto, Ni Putu Chandra Ayu Ardania, Intan Rakhmawati, Siti Atikah. 2016. *Pengaruh Sumber Daya Manusia, Sarana dan Prasarana terhadap Kinerja Pengelolaan Keuangan Desa di Kabupaten Lombok Tengah*. Conference on Management and Behavioral Studies, Universitas Tarumanegara, Jakarta, 27 Oktober 2016.
- Huda, Samsul. 2011. "Pengelolaan Sumber Daya Manusia Kompeten sebagai Basis Pembangunan Daerah", dalam *Media Akademika*, Vol. 26, No. 3, Juli 2011.
- Siswanto, B., 2008. Kemiskinan dan Perlawanan Kaum Nelayan. Malang : Laksbang Mediatama, h : 193.