

## MODEL DESA WISATA BERBASIS PETERNAKAN SAPI PERAH DI DESA MARGAMEKAR, PANGALENGAN

Akbar Rizqi Kurniawan, Dadang Suganda, Sapari Dwi Hadian

Sekolah Pascasarjana, Universitas Padjadjaran, Jl. Dipati Ukur no. 35, Kota Bandung 40132

Email : [akbar17008@mail.unpad.ac.id](mailto:akbar17008@mail.unpad.ac.id); [dadanguganda60@gmail.com](mailto:dadanguganda60@gmail.com) ; [sapari@unpad.ac.id](mailto:sapari@unpad.ac.id)

### ABSTRAK

Potensi Peternakan Sapi Perah di Indonesia belum diolah dengan baik sebagai objek wisata. Penelitian tentang agrowisata lebih menonjol tentang pertanian dan lahan hijau sebagai kekuatan utama dalam daya tariknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model pariwisata desa berdasarkan daya saing peternakan sapi perah dengan daya tarik utamanya, sektor peternakan sapi perah, memberdayakan masyarakat dan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya suplemen gizi Desa Margamekar dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi peternakan sapi perah yang baik dan potensi pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Margamekar dapat dikembangkan sebagai desa wisata peternakan sapi perah. Model desa wisata diimplementasikan ke dalam pembagian tiga zona, pertama zona peternakan sapi perah standar internasional modern, kedua adalah peternakan sapi perah rakyat, dan ketiga adalah zona pusat souvenir dan relaksasi. Dalam penelitian ini, dijelaskan juga secara deskriptif oleh para pemangku kepentingan pengelola desa wisata, pengelola peternakan sapi perah, pegawai desa dan masyarakat setempat. Strategi pemasaran dibahas dalam penelitian ini untuk menargetkan wisatawan mana yang akan dipilih sebagai target pemasaran.

**Kata Kunci :** model desa wisata, peternakan, pariwisata berbasis masyarakat.

### ABSTRACT

*The potential of Dairy Farm has not been cultivated properly as a tourism attraction. Research on agrotourism is more prominent about agriculture and the green land as the main force in its attraction. The purpose of this research is to develop a village tourism model based on dairy farming competitiveness with its main attractions, the dairy farm sector, empowering the community and fostering awareness of the importance of a nutritional supplement Margamekar village is chosen as a research location because it has good dairy farm potential and tourism potential. The result show that Margamekar Village could be developed as a dairy farm based tourist village. The tourism village model is implemented into a division of three zones, first the modern international standard dairy farm zone, second is the people 's dairy farm, and third is the souvenir and relaxation center zone. In this research, it's also explained descriptively by the stakeholders of the tourism village administrators, dairy farm administrators, village employee and local communities. Marketing strategies are discussed in this research to target which tourist will be selected as marketing targets.*

### PENDAHULUAN

Kabupaten Bandung memiliki 3 kecamatan dari 31 kecamatan yang memiliki jumlah ternak sapi, khususnya ternak sapi perah yang jumlah populasi sapinya diatas 2.000 ekor. Kecamatan tersebut adalah Kecamatan Cilengkrang dengan jumlah populasi 3.423 ekor, Kecamatan Kertasari dengan jumlah populasi sebesar 2.526 ekor, dan Kecamatan Pangalengan dengan jumlah populasi 15.108 ekor (Kabupaten Bandung dalam angka 2017).

Jumlah populasi sapi perah di Pangalengan tidak terlepas dari keberadaan Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS). Hingga saat ini, Pangalengan masih dikenal sebagai daerah pusat peternakan sapi perah di Bandung Selatan (Rosita, 2016)

Dikenalnya Pangalengan sebagai daerah penghasil susu tidak sebanding dengan pengembangan pariwisatanya yang terfokus kepada wisata alam yang ada di aliran Sungai Paralayang, dan juga aktivitas wisata alam lainnya. Fungsi pariwisata sebagai cara untuk mempromosikan identitas daerah seharusnya

dimanfaatkan dengan baik sehingga pengembangan desa wisata peternakan sapi perah menjadi penting untuk dikembangkan.

Jumlah peternak dari tahun ke tahun yang semakin menurun dikarenakan tidak ada kesesuaian antara harga jual susu sapi perah dengan biaya perawatan sapi sehingga membuat banyak peternak beralih profesi menjadi petani atau buruh tani. Dampak dari hal itu adalah jumlah produksi susu yang semakin menurun, ditambah kalahnya daya saing peternakan rakyat dari peternakan modern sehingga membuat peternak kecil semakin menurun kesejahteraannya. Pengembangan desa wisata di Desa Margamekar diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan peternak sekaligus memberikan edukasi mengenai bagaimana asal mula susu sapi yang kita minum. Aktivitas peternakan yang dikemas menjadi atraksi ditambah dengan iklim di Pangalengan khususnya di Desa Margamekar yang sejuk membuat pengembangan desa wisata agro yang berbasis peternakan cocok untuk dikembangkan. Selain itu, dampak pengembangan desa

wisata juga diharapkan dapat menambah daya saing wisata daerah dan menjadi cara untuk menggerakkan ekonomi dari daerah. Kesadaran masyarakat desa tentang pariwisata harus terus ditingkatkan. Pariwisata sebagai yang kini menjadi salah satu sektor penting perekonomian nasional yang diimplementasikan dengan pembangunan infrastruktur dengan gencar termasuk di daerah juga harus dimanfaatkan dengan baik khususnya bagi pengembangan wisata di daerah. Pembangunan Jalan Tol Soroja yang telah dibangun tahun 2016 serta visi misi Kabupaten Bandung tentang pengembangan pariwisata di daerah yang menjadikan agrowisata sebagai kekuatan utamanya, dan juga program pemerintah Provinsi Jawa Barat tentang pembuatan desa digital dapat menjadi batu loncatan tentang pembangunan kepariwisataan di Bandung Selatan.

Pengembangan desa wisata berbasis peternakan di Desa Margamekar diharapkan dapat menambah ragam atraksi yang mengedukasi wisatawan.

Penelitian ini bertujuan untuk:

- Melakukan penelitian eksploratif untuk menggali potensi yang dimiliki Desa Margamekar sebagai desa wisata berbasis peternakan di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung.
- Melakukan penelitian eksploratif untuk menggali potensi pengembangan usaha dan menggali kompetensi penduduk lokal di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung.
- Melakukan analisis dan menyusun model desa wisata berbasis peternakan sebagai pariwisata alternatif yang memiliki daya saing.

Dalam UU no. 10 tahun 2009 menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut World Tourism Organization (2001), pariwisata terbagi menjadi enam jenis yaitu *cultural tourism, rural tourism, nature tourism, sun and beach tourism, business travel, dan fitness – wellness and health tourism*.

Sedangkan komponen pariwisata menurut Copper, dkk dalam Sunaryo (2013: 159) terdiri dari:

1. Atraksi yang mencakup daya tarik dan keunikan pada sebuah tempat wisata.
2. Aksesibilitas yang mencakup kemudahan sarana transportasi.
3. Amenitas yang mencakup fasilitas penunjang wisata.
4. Fasilitas umum sebagai pendukung kegiatan pariwisata.
5. Kelembagaan yang berperan dalam mendukung jalannya kegiatan pariwisata.

Desa Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik kehidupan sosial ekonomi, sosial

budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki struktur tata ruang desa yang khas atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya komponen pariwisata (Hadiwijoyo, 2012: 68).

Terdapat dua konsep utama dalam komponen desa wisata yaitu:

1. Akomodasi, homestay yang merupakan sebagian dari rumah penduduk atau bangunan yang dibangun dengan konsep tempat tinggal penduduk.
2. Atraksi, seluruh aktivitas penduduk beserta lingkungan fisik desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti: kursus tari, bahasa, dan hal spesifik lainnya (Nuryati, 1993: 1-2)

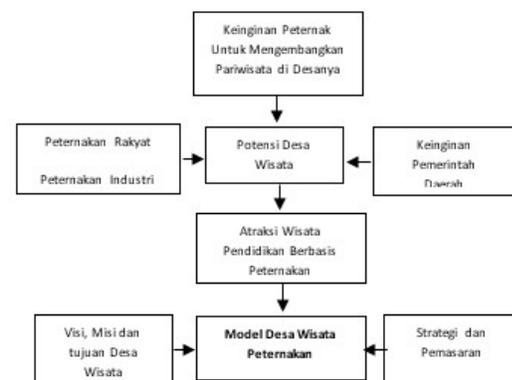
## METODE

Sumber informasi penelitian ini terdiri dari tiga pihak, yaitu:

- a. Pemerintah yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung, Pegawai Kecamatan Pangalengan, dan Kepala Desa Margamekar.
- b. Pelaku usaha peternakan (4 orang)
- c. Masyarakat Desa Margamekar (4 orang)

Latar belakang penelitian ini dipusatkan kepada pengembangan desa wisata berbasis peternakan di Desa Margamekar. Lokasi penelitian berada di Desa Margamekar yang berada di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung

Model konseptual yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dilihat dari bagan dibawah ini:



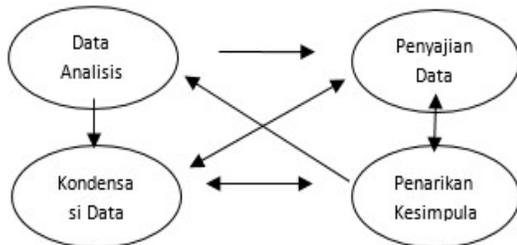
Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 2 metode pendekatan, yaitu pendekatan konseptual dan pendekatan kritis. Pada pendekatan konseptual lebih difokuskan pada aspek peternakan sebagai atraksi utama dan pembangunan pariwisata yang berbasis masyarakat. Sedangkan untuk pendekatan kritis akan lebih dibahas mengenai aspek kewirausahaan sosial dan strategi sumberdayanya.

Pengumpulan data dilakukan dengan 4 proses, yaitu :

- a. Studi pustaka dari penelitian terdahulu.

- b. Observasi awal di lokasi penelitian
- c. Wawancara mendalam dengan melakukan pendekatan pribadi dengan subjek penelitian guna mendapatkan informasi lengkapnya.
- d. Pengumpulan data dan teknik analisa data menggunakan model analisa interaktif (Miles, Huberman, dan Saldana, 2014 : 14)



Gambar 2. Analisis Data Model Interaktif

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan prosedur kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (Miles, dkk. 2014: 14)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Kondisi Faktual Desa Margamekar

Kondisi geografis, demografis, ekonomi, dan sosial budaya dari wilayah dalam penelitian ini memiliki potensi. Desa yang diteliti dalam penelitian ini adalah Desa Margamekar, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung.



Gambar 3. Rute Bandung menuju Desa Margamekar via Google Maps

Tabel 1. Luas Lahan Desa Margamekar

Jenis Tanah	Luas (Ha)
Tegal / Ladang	423,96
Pemukiman	49,00
Pekarangan	53,00
Situ / Waduk / Danau	260
Luas Tanah Keseluruhan	

Berdasarkan tabel di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa Desa Margamekar memiliki jumlah lahan ladang yang dapat digunakan untuk usaha pertanian dan perkebunan yang cukup luas dengan total lahan 423,96 Ha, sementara lahan pemukiman adalah jenis lahan yang luasannya paling sempit yaitu sebesar 49,00 Ha. Melalui data tersebut, Desa Margamekar cocok untuk dikembangkan sektor peternakan dan pertanian.

### b. Penduduk Usia Produktif



Gambar 4. Usia Produktif di Desa Margamekar

Berdasarkan gambar 3, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang memiliki usia produktif memiliki jumlah yang paling banyak dari yang lain yaitu sebesar 51% atau sebanyak 4705 orang, dan usia menuju produktif sebanyak 37% atau sebanyak 3382 orang.

### c. Mata Pencaharian

Tabel 2. Mata Pencaharian di Desa Margamekar

Jenis Pekerjaan	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
Petani	306	27
Buruh tani	804	67
PNS	28	35
Pengrajin Industri Rumah Tangga	72	72
Pedagang keliling	45	37
<b>Peternak</b>	<b>147</b>	<b>98</b>
Bidan swasta	2	-

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui jika mayoritas masyarakat Desa Margamekar adalah buruh tani dengan jumlah 871 orang, dan peternak adalah mata pencaharian ke 3 terbanyak di Desa Margamekar dengan jumlah 255 orang. Untuk masyarakat desa yang memiliki mata pencaharian sebagai pengrajin industri rumah tangga adalah sebanyak 144 orang.

### d. Pendidikan



Gambar 4. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan gambar 4, dapat diketahui masyarakat Desa Margamekar yang memiliki strata pendidikan paling banyak adalah SD yaitu sebanyak 1191 orang, sementara lulusan S1/ sederajat adalah sebanyak 94 orang.

**e. Peternakan**

**Tabel 2.** Jenis Populasi Ternak

Jenis Ternak	Jumlah Pemilik (Orang)	Perkiraan Populasi (Ekor)
Sapi	245	841
Ayam Kampung	500	1942
Bebel	54	80
Kuda	3	7
Kambing	20	20
Domba	81	89

**Tabel 3.** Produksi Peternakan

Jenis Produksi	Hasil Produksi	Nilai Produksi (Rp.)	Nilai Bahan Baku (Rp.)	Nilai Bahan Penolong (Rp.)
Susu	425.700 Lt/Thn	1.489.950.000	975.917.250	126.645.750
Kulit	160 m/Thn	1.200.000	426.000	102.000
Telur	18.000 Kg/Thn	288.000.000	188.640.000	24.480.000

**Tabel 4.** Ketersediaan Lahan Pemeliharaan Ternak

Jenis Kepemilikan Lahan	Luas (Ha)
Milik masyarakat umum	146
Milik perusahaan peternakan	26
Milik pemerintah	181

Berdasarkan tabel 2, terlihat jenis peternak di Desa Margamekar yang paling banyak adalah peternakan ayam kampung dengan jumlah peternak 500 orang dan populasi ternaknya mencapai 1942 ekor, sementara untuk peternakan sapi, jumlah peternaknya adalah sebanyak 245 orang dengan jumlah populasi sebanyak 841 ekor. Meskipun lebih banyak peternakan ayam kampung, tetapi berdasarkan tabel 2 untuk produksi peternakannya lebih banyak berasal dari peternakan sapi dengan produksi utamanya adalah susu yaitu sebanyak 425.700 Lt per tahun dengan nilai produksi sebanyak Rp. 1.489.950, sementara peternakan ayam kampung dengan produksi utamanya adalah telur yaitu sebanyak 18.000 kg per tahun dengan nilai produksi Rp. 288.000. Untuk ketersediaan lahan pemeliharaan ternak, berdasarkan tabel 4 yang paling banyak dimiliki oleh pemerintah sebanyak 181 Ha, dan milik masyarakat sebanyak 146 Ha.

**Model Desa Wisata**

Kegiatan pariwisata yang berbasis kepada peternakan yang terpadu dan berbasis: komunitas, budaya,

lingkungan, dan pendidikan dengan strategi pemberdayaan masyarakat melalui keterlibatannya dalam pengembangan desa wisata dan juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah dengan konsepsi kemitraan antara pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat yang terbingkai dalam suatu kebijakan yang jelas dan operasional.

Kegiatan pariwisata dengan ciri khusus disamping menjadi daerah tujuan wisata yang memiliki atraksi alam dan budaya lokal juga mengajak wisatawan untuk belajar bagaimana aktivitas peternakannya mulai dari pemberian pakan, hingga proses pengolahan hasil ternaknya.

Kegiatan pendidikan dalam beberapa bentuk yaitu taman wisata terpadu, pengembangan keterampilan, dan kompetensi (*life skill*) khususnya di bidang peternakan, berbasis lingkungan dan keunggulan lokal, serta eduwisata dan jaringan komunitas belajar.

**a. Visi**

Menjadi desa wisata peternakan unggulan yang berdaya saing dan menjadi objek pariwisata berkelanjutan yang berlandaskan pada prinsip keseimbangan antara tiga elemen utama, yaitu lingkungan, sosial dan ekonomi di Kabupaten Bandung.

**b. Misi**

1. Mengembangkan pusat pendidikan dan penelitian agrowisata berbasis peternakan sapi perah untuk meningkatkan nilai tambah susu sebagai produk unggulan Kecamatan Pangalengan.
2. Mendidik masyarakat tentang pentingnya peternakan dan kontribusinya bagi perekonomian secara luas dan meningkatkan mutu hidup.
3. Mewujudkan pemerataan pendapatan dan perluasan kesempatan kerja serta kesempatan usaha bagi peternak dan masyarakat Desa Margamekar.
4. Mengembangkan potensi industri unggulan di Desa Margamekar berbasis pemberdayaan ekonomi rakyat/UMKM.
5. Mengembangkan kesenian tradisional untuk pelestarian dan pengembangan adat istiadat serta nilai sosial budaya masyarakat.

**c. Tujuan**

1. Meningkatkan kontribusi kepariwisataan dalam pemasukan kas daerah Kabupaten Bandung.
2. Meningkatkan kesejahteraan peternak dan masyarakat desa melalui perluasan peluang kerja sehingga mengurangi arus urbanisasi ke perkotaan.
3. Memberdayakan UMKM di bidang industri hasil peternakan, dan menjadikan pariwisata sebagai alat promosi untuk produk masyarakat setempat.
4. Mengembangkan peternakan terpadu secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan aspek dari konservasi serta kelestarian alam.

5. Memperkokoh jati diri individu dan masyarakat melalui pelestarian dan pengembangan budaya lokal.

#### 6. Strategi

1. Strategi Sumber Daya dalam bentuk pengembangan kapasitas internal yang unggul melalui pengelolaan sumberdaya yang dimiliki masyarakat lokal (Kelompok Sadar Wisata/POKDARWIS) secara lebih baik agar menjadi sumber keuntungan dan daya saing dalam jangka panjang.
2. Strategi edukasi dan pemberdayaan masyarakat lokal/UMKM dalam bentuk penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan dan pendampingan usaha yang meliputi bimbingan teknis, pengelolaan usaha, akses terhadap perbankan serta pemanfaatan teknologi tepat guna.
3. Strategi kemitraan dalam bentuk kebijakan kelembagaan antara pemerintah, swasta dan masyarakat dengan aturan-aturan yang telah disepakati dalam pengembangan pariwisata yang berorientasi kepada pertumbuhan ekonomi lokal yang dihasilkan dari kemitraan tersebut.

#### d. Produk Desa Wisata

Dari eksplorasi aspek internal dan eksternal maupun kondisi geografi, demografi, ekonomi, dan sosial budaya, maka Desa Margamekar, Kecamatan Pangalengan memiliki potensi untuk dikembangkan desa wisata berbasis peternakan. Agar masyarakat dapat dilakukan secara terintegrasi, maka dilakukan zonasi terhadap prospek kawasan pengembangan desa wisata berdasarkan topografi dan objek wisata serta daya tarik atraksi wisata yang dimiliki.

#### ZONA I

##### Objek Wisata:

Wisata Peternakan Modern

##### Lokasi:

Dusun I, Desa Margamekar, Kecamatan Pangalengan

##### Daya Tarik Wisata:

Ultra Peternakan Bandung Selatan

- **Atraksi Wisata:**
- Keliling peternakan
- Manajemen Pakan Sapi Perah
- Manajemen Pemeliharaan Sapi Perah

Pemerahan Susu

##### Amenitas:

Penginapan, toilet, mushola, kawasan parkir, souvenir, pusat informasi.

##### Aksesibilitas:

Kemudahan dan kenyamanan transportasi menuju daya tarik wisata

#### ZONA II

##### Objek Wisata:

Wisata Peternakan Rakyat

##### Lokasi:

Dusun II, Desa Margamekar, Kecamatan Pangalengan

##### - Daya Tarik Wisata:

- Peternakan Rakyat

Tempat Pelayanan Koperasi (TPK) Cisangkuy dan Babakan Kiara

##### - Atraksi Wisata:

- Penggemukan Sapi
- Teknologi Kompos dari Kotoran Ternak Sapi
- Pemerahan Sapi

Penjualan susu sapi

##### Amenitas:

Penginapan, toilet, mushola, kawasan parkir, gerai produk, pusat informasi.

##### Aksesibilitas:

Kemudahan dan kenyamanan transportasi menuju daya tarik wisata.

#### ZONA III

##### Objek Wisata:

Wisata Belanja

##### Lokasi:

Kampung Sukamulya, Desa Margamekar

##### Atraksi Wisata:

Pusat perbelanjaan cinderamata desa wisata, kuliner khas Bandung dan produk unggulan UMKM di Desa Margamekar

##### Amenitas:

Show Room, gerai produk, kawasan parkir, pusat informasi bisnis, penginapan, rumah makan

**Aksesibilitas:** kemudahan dan kenyamanan transportasi menuju daya tarik wisata.

#### 1. Pemasaran

##### Prinsip Pemasaran

Model pemasaran yang diterapkan agar konsep pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan dapat terlaksana dengan baik adalah dengan menggunakan model Pemasaran Pariwisata yang bertanggungjawab, model ini menjadikan setiap pengambilan keputusan tentang pemasaran didasarkan pada tiga unsur yaitu: manfaat ekonomi, dampak pertumbuhan ekonomi pada kehidupan sosial budaya, serta dampak pada lingkungan. Pengelolaan pemasaran pariwisata membutuhkan lima variabel utama, yaitu lokasi, waktu, akses, produk, dan edukasi.

#### 2. Bauran Pemasaran

Pengambilan keputusan pemasaran pariwisata dilakukan dengan menggunakan dan memanipulasi empat bauran pemasaran yaitu: produk, harga, distribusi, dan

promosi untuk memengaruhi perilaku yang sejalan dengan pembangunan pariwisata. Selain keempat bauran pemasaran pariwisata tersebut, keberhasilan dalam pariwisata peternakan adalah kerjasama (*partnership*), pengemasan paket wisata (*packaging*), program kegiatan wisata, penampilan objek wisata (*performance*), dan sumber daya manusia (*people*). Seluruh indikator bauran tersebut harus bersinergi dalam kegiatan pariwisata agar diperoleh pemasaran yang optimal.

### 3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran destinasi melibatkan hubungan lembaga pengelola dengan pemangku kepentingan pariwisata utama pada tingkatan lokal, yaitu penduduk setempat, kelompok masyarakat, kelompok pemerhati lingkungan, pelaku bisnis, dan pemerintah daerah.

### Kesimpulan

Pengembangan desa wisata peternakan di Desa Margamekar direncanakan berdasarkan potensi-potensi yang ada, yaitu potensi peternakan, potensi masyarakat dan potensi fasilitas pendukung lain. Dalam pengembangannya, desa wisata peternakan harus melibatkan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta kualitas sumberdaya manusia. model desa wisata yang dikembangkan dibagi menjadi tiga zona, yaitu zona peternakan modern, zona peternakan rakyat, dan zona wisata belanja.

### Tinjauan Pustaka

#### Jurnal Ilmiah

- Atmoko Hadi Prasetyo. T. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata. Akademi Pariwisata*,
- Barbieri Carla, Xu Shuangyu, Gil-arroyo Claudia, Rich Rozier Samantha. (2015). Agritourism, Farm Visit, Or...? A Branding Assesment for Recreations on Farm. *Journal of Travel Research. Sage Publication*,
- Chaichompoo, Chalermchai. (2009). Sustainable Tourism Potential for The Palaung Ethnic Group at The Ang Khang Royal Project. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*,

Irfan Mohammad, Suryani Any. (2017). Local Wisdom Based Tourist Village Organization in Lombok Tourist Area. *International Journal of English Literature and Sciences (IJELS)*,

Rosita, Thema Hanif Pratama. (2015). Pengembangan Potensi Agrowisata (Studi kasus di KPBS Pangalengan, Bandung, Indonesia). *Jurnal Manajemen Resort and Leisure*,

Rustiono Dedy, Trimurti, dan Suparwi. Model Desa Wisata Pendidikan Pertanian Berbasis kewirausahaan Sosial dan Kemitraan (Studi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Wonogiri Jawa Tengah). *Jurnal Uniba*,

Songkhla Teppakorn Na, Somboonsuke Buncha. (2006). Impact of Agro-tourism on Local Agricultural Occupation: a Case Study of Chang Klang District, Southern Thailand. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*,

#### Tesis

Mauludin Ali Mochamad. (2014). Pengembangan Peternakan Sapi Perah dan Perubahan Struktur Sosial di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. Tesis. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.

#### Buku

Hadiwijoyo, S.S. (2012) Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Miles M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, a Methods Sourcebook, Edition 3.* USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press

#### Prosiding Seminar

Nuryanti, Wiendu. (1993). Concept, Perspective, and Challenges, Konferensi Internasional mengenai pariwisata Budaya (pp.1-2). Yogyakarta, Indonesia: Universitas Gadjah Mada.