

AGROWISATA : SEBUAH “RESEP” PEMBERDAYAAN ATAU ALAT EKSPLOITASI POTENSI PERTANIAN?

I MADE SARJANA

Program Studi Agribisnis FP Unud

Pendahuluan

Strategi pembangunan berkelanjutan sepatutnya diterapkan diseluruh sector pembangunan untuk menjamin ketersediaan sumber daya alam (sda) bagi generasi masa depan. Sektor pariwisata pun tak luput dari desakan agar menerapkan konsep pembangunan ramah lingkungan, maka mencuatnya term pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan diterjemahkan sebagai pengembangan pariwisata alternatif. Pariwisata alternatif merupakan kritik terhadap pariwisata massal (mass tourism), dalam konteks ini mass tourism cenderung dikonotasikan sebagai pengeksploitasi kekayaan alam dan budaya masyarakat lokal sehinggajenis pariwisata ini tidak mampu mendorong pemerataan pendapatan masyarakat. Kizos dan Losifides (2007) mengakui bahwa mass tourism sebagai type aktivitas wisata yang begitu dominan mendorong ketimpangan antar sektor ekonomi dan wilayah dan penyebaran keuntungan ekonomi yang sangat sedikit dibandingkan penyebaran dampak lingkungan dan sosial yang terjadi sebagai konsekuensi langsung penyelenggaraannya.

Sarjana, (2011) mencermati bahwa pengembangan pariwisata massal identik dengan pembangunan pariwisata tanpa terencana. Jika dicermati dalam pariwisata massal, pemilik modal sebagai “panglima” mengatur seluruh kegiatan investasi di sektor ini. Artinya, pemilik modal yang menentukan dimana mereka akan membangun akomodasi pariwisata dan penguasa umumnya bertindak sebagai pihak yang melegitimasi dan memberikan alasan-alasan rasional agar rencana investasi dapat dimaklumi masyarakat local. Investasi semacam ini acapkali mengundang kontroversi kendati ditolak masyarakat pasti akan tetap jalan. Sebagai contoh pembangunan resort bertarafinternational di Kawasan Tanah Lot, kendati ditolak element masyarakat Bali tetap jalan.

Karenanya, pariwisata massal tidak sejalan dengan program MDGs (millinium developments goals), mengingat pariwisata massal kurang mempertimbangkan kepentingan masyarakat local jadi tidak bisa nyambung dengan program pengentasan tingkat kemiskinan ekstrim.

Bali selama ini juga dikenal sebagai destinasi pariwisata massal, kendati daerah ini mengusung slogan pariwisata budaya, akan tetapi wisatawan baik domestik maupun internasional banyak yang mengenal atraksi wisata Bali dengan karakter 3S (sun, sea, and seks). Ini artinya branding pariwisata budaya tidak berjalan mulus. Faktanya, keramaian aktivitas pariwisata Bali terpusat dikawasan Bali Selatan (Kuta, Sanur, dan Nusa Dua). Kondisi menimbulkan ketimpangan antar wilayah dan antar sector di Bali. Secara kasat mata kita bisa lihat laju pembangunan di kabupaten yang ada

di Bali Timur, Utara, dan Barat memiliki pendapatan domestic regional bruto (PDRB) yang jauh lebih rendah dari kawasan Sarbagita, dan dihuni penduduk berpendapatan rendah alias miskin. Sementara itu, ketimpangan antar sector sering menjadi topic diskusi hangat bahwa potensi pertanian sering dijadikan atraksi wisata namun petani tidak mendapatkan apa-apa dari aktivitas wisata tersebut, jadi petani akan tetap miskin, sedangkan pelaku bisnis wisata menikmati keuntungan besar dan semakin kaya.

Agrowisata dikenal sebagai salah bentuk pariwisata alternative yang menjadi ujung tombak penerapan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan di sector pariwisata. Kegiatan agrowisata yang mensinergikan sector pertanian dan pariwisata (Sarjana, 1997:20) diharapkan mampu menepis kritik kegiatan kepariwisataan yang kurang memihak masyarakat lokal. Mazilu and Iancu (2006) mengungkapkan bahwa agrowisata sebagai kegiatan kepariwisataan yang bertujuan membantu petani untuk meraih keuntungan dengan menggunakan modal mereka sendiri dari lingkungan pertanian. Karenanya, agrowisata memiliki potensi yang sangat kompleks yakni memadukan elemen potensi alam dan budaya, sejarah sebagai atraksi wisata. Lebih jauh kegiatan ini menjadi katalisator peningkatan perekonomian masyarakat local guna menunjang peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan {Grigore dan Ungureanu, (?); Dincu dkk (?)}.

Agrowisata dapat juga diartikan sebagai bentuk ekspansi pelaku sector pertanian di bidang pariwisata tentu akan mampu menginspirasi petani untuk selalu menjaga kelestarian alam dan budayanya. Dalam konteks ini, agrowisata akan mengaktualisasikan prinsip pembangunan berkelanjutan yakni mempertimbangkan aspek ekonomi, social (budaya), dan lingkungan dalam menjalankan bisnis kepariwisataan. Aspek ekonomi tentu mendorong kegiatan pariwisata di sector pertanian benar-benar member keuntungan finansial kepada petani sebagai salah satu komunitas berpendapatan rendah; aspek social sepatutnya tidak merusak tatanan social dan budaya setempat. Harapannya tentu keuntungan finansial itu didistribusikan secara proporsional atau mungkin merata sehingga masyarakat setempat benar-benar merasakan peningkatan pendapatan akibat aktivitas agrowisata. Akhirnya, kerukunan social tetap terjaga dan partisipasi masyarakat mengembangkan dan melestarikan budayanya pun meningkat. Petani harus diapresiasi sebagai aktor utama dalam menjaga kelestarian lingkungan, karena mereka sangat tergantung dengan alam terutama tanah dan air. Tanpa ketersediaan tanah dan air yang memadai, tentu petani tidak berproduksi untuk memenuhi sandang, pangan, maupun papan seluruh umat manusia.

Pengembangan Agrowisata di Bali

Kendati potensi sektor pertanian di Bali sudah dimanfaatkan sebagai atraksi sejak pertama kali daerah ini dikunjungi para pelancong, namun pengemasan agrowisata tidak dilakukan secara eksplisit. Daya tarik sector pertanian ini bagi pariwisata dilukiskan Mantra (1993) dalam Sarjana (1997) bahwa berdasarkan hasil survey yang dirilis awal tahun 1990an itu, alasan wisatawan berkunjung ke Bali adalah 61 % ingin menikmati atraksi budaya, 32% (keindahan alam, flora-fauna/biodiversity), dan sisanya 5,73 % karena alasan lain. Boleh jadi, alasan ini sudah bergeser, jika survey ke wisatawan dilaksanakan hari ini namun saya yakin alasan wisatawan menikmati keindahan alam dan flora-fauna Bali tetap ada. Hal itu berarti bahwa pemanfaatan lingkungan pertanian di Bali sebagai atraksi wisata tetap terbuka.

Faktanya, saat penulis menjadi asisten seorang peneliti asal Jepang, ternyata ada satu travel agent/ biro perjalanan asal Prancis yang menawarkan paket wisata adventure. Paket wisata itu berdurasi sekitar 2- 3 minggu menelusuri sejumlah kawasan di Bali yang umumnya areal pedesaan/pertanian seperti Ubud, Jatiluh, Belimbing, Lovina, Munduk, Mungsengan (catur), Kaldera Batur, Besakih, dll (Sarjana, 2010).

Pengembangan agrowisata di Bali secara terbuka mulai digagas sekitar tahun 1990-an, atau dua dasa warsa lebih pasca dibangunnya pusat akomodasi wisata pariwisata di Bali Selatan. Ini menunjukkan betapa perhatian pemerintah untuk pemerataan pembangunan pariwisata di Bali sangat tidak merata. Kabupaten Badung sebagai kabupaten terkaya di Bali, mencoba menepis kritik pembangunan wilayahnya yang sangat timpang, maka melalui SK Bupati Badung Nomor 2028 Tahun 1994 menetapkan kawasan Badung-Utara (Desa Pelaga dan Belok Sidan) sebagai destinasi agrowisata. Agrowisata lain yang digagas berbarengan dengan Desa Pelaga adalah Agrowisata Salak Sibetan, Karangasem.

Sampai tahun 2006, investasi agrowisata di Bali masih sepi peminat dimana pihak pemilik modal belum banyak tertarik mengembangkan agrowisata. Dalam penelitian kami (Prof. Windia, Ketut Suamba, Made Wirartha (Alm), dan Made Sarjana) dari Sembilan kabupaten di Bali Cuma Bagus Agrowisata Pelaga menjadi satu-satunya objek wisata dikembangkan secara serius melibatkan pemodal swasta. Objek agrowisata lainnya berkembang seadanya, dalam artian suatu kawasan diberi predikat sebagai kawasan agrowisata tetapi minim promosi dan kurangnya sarana penunjang sekalipun objek wisata itu dikelola perusahaan daerah.

Belakangan, saya pahami banyak bermunculan kedai-kedai minum kopi dengan label “agrowisata kopi luwak” seperti di Kawasan Gianyar Utara (Tampaksiring dan Tegalalang), Bangli, Badung dll. Kondisi ini tentu sangat menggembirakan karena asset-aset pertanian telah menjadi modal dasar dalam pengembangan atraksi wisata alternatif. Alangkah bagusnya jika agrowisata kopi luwak itu benar-benar milik petani.

Selama dua dasa warsa menyelami keterkaitan pariwisata dengan pertanian, penulis pahami bahwa keterlibatan masyarakat lokal (petani) sangat minim bahkan

tidak ada. Sebagai contoh penetapan kawasan Badung Utara sebagai kawasan destinasi pariwisata adalah bersifat “top down” jadi yang diprioritaskan fasilitas fisik, seperti menyulap pesangrahan agar layak dimanfaatkan tamu atau membangun jalan setapak di sekitar kebun kopi dan kebun jeruk, juga pembangunan jalan menuju air terjun Nungnung. Ketika rencana pengembangan agrowisata masyarakat didialogkan dengan masyarakat setempat, kebanyakan menyatakan tidak tahu atau kebingungan karena tidak tahu harus berbuat apa menyikapi predikat desa sebagai destinasi desa wisata. Kondisi sebaliknya yang menarik masyarakat local sangat antusias membangun brand baru (prosesnya bottom up) bagi wilayahnya, namun minim sokongan kebijakan pemerintah dan pelaku wisata, jadi masyarakat juga tidak bisa menangkap peluang secara optimal.

Rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan agrowisata di Bali nampaknya diakibatkan oleh minimnya wawasan kepariwisataan. Berdasarkan observasi saya antara akhir 2010 sampai awal 2011, saya menemukan petani bersikap “dingin” terhadap pariwisata seolah-olah aktivitas pariwisata itu “dunia lain” padahal kegiatan itu ada di depan mata mereka. Ketidakmampuan memahami “sosok” pariwisata melahirkan dilema bagi petani, sebagian petani dihindangi kecemburuan sosial dan tidak tahu harus berbuat apa mengatasi kegalauan hatinya. Kondisi ini harus segera dipahami dan dicarikan solusi agar tidak berubah jadi “penyakit” yang lebih kronis dalam pembangunan pariwisata Bali.

Idealnya, petani selaku pencipta/pemilik asset di lingkungan pertanian mereka menjadi pelaku utama dalam mengelola aktivitas agrowisata di wilayahnya. Hanya saja untuk mewujudkan impian ini menjadi sebuah kenyataan relative sulit, seperti diungkapkan Pivcevic (?) kendati sebagian orang berpendapat pariwisata pedesaan atau agrowisata hanyalah sebuah trend namun kondisi ini bukanlah kebetulan semata atau fenomena jangka pendek. Mengembangkan agrowisata harus didorong oleh kegiatan jangka panjang secara alamiah seperti:

- a. Meningkatkan level pendidikan masyarakat setempat
- b. Tumbuhnya kesadaran masyarakat dalam menjaga warisan budaya (baik keindahan/keunikan alam dan buatan manusia)
- c. Peningkatan waktu senggang dan pendapatan masyarakat,
- d. Perbaikan transportasi dan fasilitas komunikasi secara umum
- e. Meningkatkan kesadaran tentang kualitas kesehatan
- f. Tumbuhnya kesadaran mengkonsumsi organic dan bio-food
- g. Meningkatkan kesadaran tentang “green” dan “eco”
- h. Meningkatkan kesadaran tentang nilai authenticity
- i. Meningkatkan kesadaran tentang arti kedamaian
- j. Meningkatkan populasi generasi muda (aktif populasi)

k. Tumbuhnya biro perjalanan yang mengambil spesialisasi wisata perdesaan.

Itulah sebagian persyarata agar petani mampu bertindak sebagai pelaku pariwisata tentu mereka harus memiliki wawasan pariwisata sehingga mampu membaca peluang kerja, maupun pemasaran produk di wilayahnya.

Peluang Bisnis/kerja bagi Petani pada Kegiatan Agrowisata

Guna melihat peluang bisnis yang ada di seputar kegiatan agrowisata perlu dicermati bisnis pariwisata yang memanfaatkan asset pertanian. Menurut Cox and Fox (2003) aktifitas pariwisata yang memodifikasi potensi pertanian meliputi:

- Penjualan produk pertanian (penjualan langsung di kebun, konsumen/wisatawan memetik langsung, penjualan produk diluar kebun seperti restaurant dan toko oleh-oleh.
- Paket wisata pada fasilitas pemrosesan produk pertanian (*tour of processing facilities*) seperti pengolahan peternakan dan perkebunan
- Scenic tour : kebun raya (*botanical garden*), dan kebun binatang (*zoological garden*)
- Paket wisata pada areal produksi (*tour of production facilities*) seperti areal perkebunan atau peternakan.
- Aktivitas wisata lainnya (atraksi budaya yang berhubungan dengan kegiatan pertanian; *outdoor recreation; permitted uses* seperti *hunting, fishing; leisure sports* seperti golf dan polo)

Mencermati aktivitas pariwisata yang berbasis potensi pertanian tersebut diatas maka ada sejumlah peluang yang mungkin dimanfaatkan petani untuk meraih peningkatan pendapatan diantaranya:

- Mengelola perkebunan dengan baik dan setting pemandangan alam yang menarik sehingga mampu petani menghasilkan komoditi dengan kualitas baik dan menarik untuk dikunjungi pelancong. Kualitas produk pertanian yang baik tentu akan menarik minat wisatawan berkunjung, bila dijual baik di kebun atau diluar kebun dapat ditawarkan dengan nilai lebih tinggi.
- Pengelolaan kebun dengan setting pemandangan alam yang menarik akan menjadi nilai tambah dimana banyak wisatawan tertarik mengunjungi kawasan perkebunan atau pun peternakan.
- Adanya proses kreatif mengolah produk pertanian (buah/sayur segar) menjadi makanan siap saji tentu menjadi atraksi wisata khusus bagi wisatawan. Pengalaman kunjungan ke kebun/ peternakan sapi perah dan industry rumah tangga pengolahan buah apel jadi aneka makanan ringan dan juga pengolahan susu sapi pernah kami kunjungi secara langsung tahun Juli 2012 lalu. Ini menunjukkan agrowisata bukan hanya indah di teori tetapi dapat diterapkan secara nyata dalam praktiknya.
- Pengembangan agrowisata dapat juga dipadukan dengan wisata alam disekitarnya, misalnya pemanfaatan utang lindung, air terjun dan

peninggalan bersejarah seperti bangunan bendungan, Pura, dll.

- Kuliner lokal juga menjadi peluang usaha baru untuk daerah yang dikembangkan sebagai destinasi agrowisata.
- Peramu wisata lokal juga menjadi peluang kerja, pengalaman kerja disektor pertanian akan menjadi nilai tambah menjelaskan tentang praktik pertanian atau flora dan fauna unik di wilayahnya.
- Souvenir memanfaatkan bahan baku local.
- Penyewaan sepeda atau kuda
- Penyewaan guesshouse, dll.

Sudah Mampukah Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani di Bali?

Ada tiga tipe pengembangan agrowisata di Bali, antara lain:

- a) ide pengembangan agrowisata dicetuskan pemerintah: pengembangan agrowisata di Badung Utara (Sarjana, 1997) atau objek wisata Desa Jatiluh (Sarjana, 2011)
- b) ide agrowisata dicetuskan masyarakat setempat (Subak Lodtunduh-Gianyar, Agrowisata Salak Desa Sibetan)
- c) ide agrowisata dicetuskan investor (Aktivitas wisata di Subak Padanggalak, Bagus Agro Pelaga).

Kondisi diatas menunjukkan bahwa istilah agrowisata sudah diterima dan dipahami oleh masyarakat umum. Jika kita menawarkan ide pengembangan agrowisata di suatu desa, masyarakat akan menyembut secara atusias mengingat agrowisata diyakinisebagai resep mujarab dalam mendongkrak pendapatan masyarakat. Secara teoritis, agrowisata memang menjanjikan karena aktivitas wisata ini menghubungkan secara langsung petani sebagai produsen produk pertanian ke konsumen (wisatawan). Agrowisata juga menyediakan peluang kerja yang mungkin bisa diisi keluarga petani baik peluang kerja formal ataupun non formal.

Hanya saja agrowisata tak ubahnya seperti rembulan, indah dilihat dari kejauhan namun susah untuk dijangkau bahkan dimiliki. Membangun agrowisata memiliki tantangan yang tidak ringan, sehingga dibutuhkan sinergi elemen-elemen (masyarakat lokal, pemerintah, pelaku pariwisata, kelompok2 profesi/ lembaga swadaya masyarakat) dalam mewujudkannya. Ini artinya, membangun agrowisata tidak cukup hanya bermodal semangat masyarakat lokal, atau kemauan politik pemerintah semata. Keterpaduan semangat masyarakat lokal dan kebijakan pemerintah harus "dibumbui" keiklasan pelaku pariwisata dalam melakukan sharing keuntungan terhadap masyarakat lokal.

Keterpaduan diatas masih dalam angan-angan, walau sudah banyak destinasi agrowisata di Bali namun belum dirasakan manfaatnya bagi masyarakat lokal. Secara sosial kegiatan agrowisata di beberapa tempat masih mengundang kontroversi di mana sebagian masyarakat merasa terpinggirkan padahal mereka pemilik asset pertanian yang dijadikan atraksi agrowisata. Kendati sejumlah projek agrowisata sudah mendapatkan keuntungan ternyata belum ada pembagian keuntungan

yang proporsional ke masyarakat. Secara ekologis, agrowisata pun belum mampu mendorong masyarakat melestarikan keuntungan, faktanya kendati sudah ditetapkan sebagai kawasan agrowisata, perambahan hutan dan eksploitasi pemanfaatan air.

Kecemburuan petani ini bukan isapan jempol semata, mengingat sejumlah petani di destinasi agrowisata mengandaikan dirinya tak ubahnya kawanan kera di Sangeh dalam aktivitas agrowisata. Mereka hanya jadi objek fotografi semata, dan tidak mendapatkan apa-apa. Ungkapan lain yang sempat kami rekam “wisatawan hanya kencing kekawasan agrowisata, mereka membelanjakan uangnya didaerah lain.”. Kecemburuan ini boleh jadi mengindikasikan bahwa agrowisata masih merupakan alat eksploitasi potensi sektor pertanian bagi pariwisata.

Penutup

Menyimak pengalaman pengelolaan agrowisata di sejumlah negara maju, tidak bisa dipungkiri bahwa agrowisata menjadi salah satu opsi untuk membangun kawasan perdesaan. Penetapan suatu kawasan menjadi destinasi agrowisata sedikit banyak membawa pengaruh positif bagi pembangunan wilayah setempat. Misalnya, ada peningkatan sarana prasarana seperti jalan, telekomunikasi, air bersih, layanan kesehatan dan juga pendidikan.

Seandainya diadakan penelusuran lebih jauh, penciptaan peluang bisnis dan/atau peluang kerja bagi masyarakat lokal masih layak dipertanyakan. Contohnya, di satu kawasan pariwisata ada atraksi sepeda gunung, semua aspek kebutuhan wisatawan disediakan travel agent, mulai dari penyediaan sepeda, peramu wisata, dan juga makanan bagi wisatawan. Kondisi ini tentu bertolak belakang dengan harapan agar masyarakat lokal dilibatkan dalam pengelolaan agrowisata.

Kondisi ini terjadi bukan semata-mata ketidakmampuan petani/masyarakat lokal dalam meraih peluang kerja/bisnis di sektor pariwisata, tetapi lebih pada belum adanya kebijakan pemerintah atau kerelaan pelaku wisata “menyerahkan” sebagian peluang bisnis itu kepada masyarakat kecil. Alasan bahwa SDM perdesaan (petani) belum siap terjun pada bisnis pariwisata memang tidak bisa ditampik. Bila kita punya komitmen tinggi membantu masyarakat lokal/mengatasi kemiskinan perdesaan melalui pengembangan agrowisata tentu ada kemauan politik pejabat dan kemurahan hati pengusaha untuk berbagi.

Brad (?) menawarkan solusi dalam mendorong pengembangan agrowisata seperti pengurangan pajak (Pajak Bumi dan Bangunan maupun pajak pertambahan nilai), pengurangan pajak ini diharapkan mampu menjaga harga-harga produk pertanian tetap terjangkau. Kondisi lain yang lebih penting adalah menggalakkan kunjungan wisatawan (domestik & internasional) ke kawasan agrowisata tersebut sehingga terbuka pangsa pasar baru bagi produk pertanian setempat.

Cara efektif dalam men-support masyarakat perdesaan mampu menjawab peluang pariwisata tentu dengan bapak angkat dan pendampingan. Sebagai salah satu perwujudan CSR (Corporate Social Responsibility) me-

lalui mendorong peran industri pariwisata (hotel, biro perjalanan, restoran, villa dll) untuk terjun ke kawasan pedesaan yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi agrowisata. Industri pariwisata ini bekerja bersama-sama menggali potensi daya tarik wisata dan mengemasnya sebagai paket wisata. Dari paket wisata yang diwujudkan selanjutnya ada pembagian peran antara masyarakat lokal dengan pengusaha pariwisata. Sebagai ilustrasi, di satu kawasan cocok dikembangkan sayur mayur organik, barang kali hotel dan restoran yang bertindak selaku bapak angkat membantu masyarakat setempat melalui modal awal menggunakan penyisihan nilai keuntungannya. Selanjutnya Pemkab melalui Dinas Pertanian Tanaman Pangan membantu difusi teknologinya, sementara LSM/organisasi profesi/penghobi bisa melakukan pendampingan. Ketika sayur mayur organik ini telah menghasilkan tentu lembaga yang bertindak sebagai bapak angkat yang sepatutnya menjadi pasar utama/ membantu mencari pasar dilingkungan kerja/bisnis mereka.

Pola memberdayakan masyarakat miskin pedesaan melalui pola bapak angkat ini pernah dilaksanakan Pemkab Bangli dimana seluruh SKPD di lingkungan Pemkab diwajibkan oleh penguasa memiliki bapak angkat. Karenanya, dibutuhkan kemauan dan keberanian pemerintah (Pemkab/Pemprop di Bali) menjadi mediator sehingga pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan agrowisata berjalan sesuai harapan.

Daftar Pustaka

- Brad, I. (-). The Evaluation of Agrotourism Exploitations Prolegomena in order to Develop The Areas with Agrotourism vocation. *Lucrari Stiintifice*-Vol. 52 pp 219-222, Seria Agronomie.
- Cox, Linda J dan Fox, Morton. 2003. *Agriculturally Based Leisure Attractions*. *The Journal of Tourism Studies* Vol. 14, No. 1, MAY '03
- Dincu, Ana M., Sambotin, L., Gavruta, A., Birovescu, A., Monescu, C., and Micula, L. (-). *The Rural Tourism and Agrotourism Development Perspective*. *Lucrari Stiintifice*, Seria I, Vol. X (1).
- Kizos, T, dan Losifides, T. 2007. *The Contradictions of Agrotourism in Greece: Eviidence From Three Case Studies*. *South European Society and Politics*. Vol 12, No. 1, March 2007, pp. 59-77.
- Mazilu, Mirela and Iancu Anica. 2006. *Agrotourism ; an Alternative for a Sustainable Rural Development*. *Geotour*, Kosice, 5-7.October 2006.
- Pivcevic, Smiljana. (-). *Constraints And Opportunities of Agrotourism Development in The Republic of Croatia with the Special Stress on Sinj Region*. Sixth International Conference on “enterprise in transition.
- Sarjana, I Made. 1997. Analisis Swot Pengembangan Agrowisata di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Skripsi S1 Fakultas Pertanian Unud.
- Sarjana, I Made. 2010. Membaca Peluang Pengembangan Pariwisata Kerakyatan di Bali. *Opini Harian Umum Bali Post*, edisi Maret, 2010
- Sarjana, I Made. 2011. *Transforming Subak As Community Enterprise for Green Tourism and Poverty Alleviation in Bali*. Master Thesis on M.Sc. Programme on Leisure, Tourism, and Environment, Wageningen University and Research (WUR) The Netherlands.

