

Kontribusi Modal Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Mas-Mas Kabupaten Lombok Tengah

Isnan Nursalim¹, Rosiady Husaenie Sayuti^{2*}, Oryza Pneumatica Inderasari³

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram^{1,2,3}

Email: sayuti@unram.ac.id^{2*}

**corresponding author*

Abstrak

Penelitian ini membahas kontribusi modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Metode yang digunakan yaitu Mixed method yang merupakan gabungan antara pendekatan kuantitatif dengan kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan pentingnya modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Melalui jaringan yang tercipta berupa relasi antar anggota organisasi dan stakeholders lainnya menghasilkan partisipasi masyarakat yang diukur dari keterlibatan masyarakat dalam mengikuti pelatihan, gotong royong serta melakukan promosi Desa Wisata Mas-Mas. Nilai dan Norma ditunjukkan dengan kearifan lokal yang masih terjaga. Hal ini karena adanya awiq-awiq atau aturan bagi wisatawan yang harus dipatuhi dan disosialisasikan kepada wisatawan. Hal ini yang membuat meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada pengelola desa wisata, wisatawan dan stakeholders. Faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas berupa faktor pendorong dan faktor penghambat. Strategi yang tepat dilakukan oleh Desa Wisata Mas-Mas dalam mengembangkan pariwisata untuk saat ini adalah mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat serta berinovasi dengan program wisata yang ditawarkan.

Kata kunci : modal sosial; pengembangan desa wisata; desa wisata Mas-Mas; pemberdayaan masyarakat

The Contribution of Social Capital in the Development of the Mas-Mas Tourism Village Central Lombok Regency

Abstract

This study discusses the contribution of social capital in the development of the Mas-Mas Tourism Village. The method used is the Mixed method which is a combination of quantitative and qualitative approaches. The results of the study show the importance of social capital in the development of the Mas-Mas Tourism Village. Through the network created in the form of relationships between members of the organization and other stakeholders, resulting in community participation as measured by community involvement in training, mutual cooperation and promotion of the Mas-Mas Tourism Village. Values and norms are shown by local wisdom that is still maintained. This is because of the awiq-awiq or rules for tourists that must be obeyed and socialized to tourists. This is what increases public trust in tourism village managers, tourists and stakeholders. Factors that play a role in the development of the Mas-Mas Tourism Village are the driving factors and inhibiting factors. The right strategy is carried out by Mas-Mas Tourism Village in developing tourism for now is to optimize the potential of the community and innovate with the tourism programs offered.

Keywords : social capital; tourism village development; Mas-Mas tourism village; community empowerment.

LATAR BELAKANG

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah yang menjadi prioritas pembangunan pariwisata di Indonesia atau disebut dengan Bali baru. Selain Mandalika yang sedang dikembangkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK Mandalika), Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat juga telah menetapkan 99 (sembilan puluh Sembilan) desa wisata yang akan dikembangkan. Pesatnya perkembangan Pariwisata yang ada di Nusa Tenggara Barat tidak terlepas dari berkembangnya desa wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan data yang ada, terdapat 99 desa wisata yang telah ditetapkan oleh Gubernur Nusa Tenggara Barat yang tersebar di 10 Kabupaten/Kota .

Salah satu desa wisata yang menjadi prioritas pengembangan pariwisata di Nusa Tenggara Barat yaitu Desa Wisata Mas-Mas. Desa Wisata yang mengusung konsep wisata alam dan budaya ini lokasinya berada di Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah. Berada disekitar lereng Gunung Rinjani dengan bentang alam berupa persawahan dan pegunungan yang indah. Selain itu kebiasaan hidup sehari-hari masyarakat desa, mulai dari cara berpakaian, aktifitas masyarakatnya hingga makanan khas Desa Mas-Mas selalu ditawarkan kepada setiap wisatawan yang berkunjung. Kehidupan masyarakat desa yang dikemas menjadi kegiatan pariwisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Mas-Mas.

Ditetapkannya Desa Wisata Mas-Mas sebagai salah satu desa wisata prioritas yang dikembangkan oleh Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat tentu harus dibarengi dengan partisipasi masyarakatnya. Partisipasi masyarakat merupakan bagian penting dalam pengembangan desa wisata karena masyarakat berperan sebagai subjek sekaligus objek dalam aktifitas wisata di Desa Wisata Mas-Mas. Masyarakat turut menerima manfaat dari adanya wisatawan yang berkunjung ke desa mereka. Selain itu masyarakat juga menjadi sadar akan pentingnya kebersihan untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke desa mereka.

Pada pengembangan desa wisata, modal sosial memiliki peran penting. Penelitian yang dilakukan oleh Yulianto (2015) menunjukkan bahwa nilai modal sosial yang tinggi di dalam partisipasi masyarakat dapat meningkatkan perkembangan pariwisata di lokasi tersebut (Yulianto, 2015). Keterlibatan modal sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata (Purwanto & Hastanti, 2019). Partisipasi masyarakat meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang polanya tidak lagi *top down* tetapi mengarah pada *bottom up* . Paradigma dan partisipasi masyarakat/desa membangun ini terus dilembagakan karena mereka subjek sesungguhnya pembangunan dengan modal sosial yang dimiliki (Perguna,dkk. 2019). Modal sosial yang tercermin dalam partisipasi masyarakat ini merupakan pendukung pelaksanaan pengembangan desa wisata (Hwang, D., & Stewart, W. P 2017).

Modal sosial dapat diartikan sebagai sumber daya yang dimiliki oleh individu maupun masyarakat didalam suatu kelompok atau komunitas yang memfasilitasi pemecahan masalah dan pencarian solusi serta mencapai tujuan bersama (James S. Coleman dkk., 2011). Senada dengan hal tersebut Robert D. Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama (Field, 2010). Melalui rangkaian proses hubungan antar

manusia yang ditopang oleh kepercayaan, jaringan, nilai dan norma maka akan lebih mudah dalam mencapai tujuan atas dasar kebersamaan (Vipriyanti, 2011).

Menurut Pitana & Gayatri (2005) terdapat beberapa aktor yang dapat berkontribusi dan berpartisipasi dalam menggerakkan sistem pariwisata. Aktor-Aktor tersebut diantaranya yaitu dari masyarakat, swasta hingga pemerintah. Ketiga aktor inilah yang memiliki kontribusi penting dalam upaya pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Kerjasama antar aktor yang dilakukan dapat mempererat ikatan yang saling berkesinambungan dalam menjalankan aktivitas wisata.

Aktivitas wisata yang dilakukan di Desa Wisata Mas-Mas dengan mengedepankan kearifan lokal dan spirit gotong royong menjadi modal sosial yang harus dijaga dan dipelihara. Keberadaan modal sosial ini tentu menjadi aset berharga yang harus dipelihara dan dikembangkan oleh warga. Sehingga harapannya melalui kontribusi modal sosial Desa Wisata Mas-Mas akan lebih maju dan berkembang.

Hal ini menarik untuk dikaji dari sudut pandang akademis, sehingga menarik perhatian penulis membawanya dalam kajian ilmiah. Karena itu penelitian ini dilakukan. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal sosial terhadap pengembangan desa wisata, mendeskripsikan kontribusi modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran atau mixed method. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan kontribusi modal sosial dalam pengembangan desa wisata, dan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan total sampel berjumlah 97 responden. Pengambilan sampel dipilih secara proportional simple random sample. Responden dipilih dengan menggunakan tabel kish grid. Beberapa prosedur digunakan untuk menjaga validitas dan realibilitas data. Pertama, sampel penelitian ini diambil di empat dusun yang dijadikan sebagai paket aktivitas Desa Wisata Mas-Mas. Kedua, instrument survei telah diujicobakan sebelumnya dengan menggunakan beberapa mahasiswa Sosiologi, Universitas Mataram yang dianggap memiliki pengetahuan dan kompetensi tentang topik penelitian ini. Tujuannya supaya instruksinya jelas dan pertanyaannya dapat dipahami dengan baik oleh responden sehingga akan mendapatkan jawaban yang valid. Sedangkan metode kualitatif digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata dengan menggunakan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Desa Mas-Mas yang tergabung dalam organisasi berperan penting dalam pengembangan desa wisata. Putnam (2000) menyatakan bahwa mudah dan sulitnya seseorang mendapatkan informasi sangat dipengaruhi dari jumlah jaringan yang ia miliki. Informasi inilah yang kemudian menjadi modal sosial yang dapat menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata. Guna melihat sejauh mana keterlibatan masyarakat dalam mengikuti komunitas maupun organisasi

yang ada di Desa Wisata Mas-Mas maka dapat dilihat pula keikutsertaan pada organisasi (lihat tabel 1).

Modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat melalui komunitas menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan sebagai modal untuk mengembangkan desa wisata. Anggota yang aktif dalam komunitasnya mempunyai manfaat berupa informasi dan mendapatkan pelatihan serta pembiayaan dalam menyalurkan partisipasinya (Mitchell & Muckosy, 2008). Hal ini juga diperkuat dengan data yang menunjukkan bahwa sebanyak 58% responden mengatakan bahwa organisasi yang mereka ikuti memiliki program untuk mengembangkan desa wisata. Komunitas inilah yang kemudian menggerakkan masyarakat untuk melakukan gotong royong, kerja sama, bahu membahu mengembangkan desa wisata. Masing-masing komunitas memiliki peran dan fungsinya tersendiri dalam upaya mengembangkan desa wisata. Peran dan fungsi komunitas tersebut tercermin dalam setiap program yang mereka lakukan.

Tabel 1. Keikutsertaan dalam Organisasi/Kelompok

No	Organisasi / Kelompok	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Kelompok sadar wisata (Pokdarwi)	25 26%	72 74%	97 100%
2	Kelompok Pengelola <i>Vilage Based Tourism</i> (Kape VBT)	11 11%	86 91%	97 100%
3	Himpunan Kepemudaan (Karang Taruna, dll)	21 22%	76 88%	97 100%
4	Kelompok PKK	6 6%	91 94%	97 100%
5	Kelompok Muzakarah (Kemus)	35 36%	62 74%	97 100%
6	Organisasi memiliki program berkaitan dengan desa wisata	56 58%	41 42%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Menurut Mawardi (2007) bahwa kontribusi modal sosial dapat meningkatkan kemampuan masyarakat atau kelompok untuk bekerjasama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama (Mawardi, 2007). Hal ini ditunjang dengan keberadaan komunitas serta dukungan stakeholders dalam upaya mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas. Kerjasama inilah yang menguatkan Desa Wisata Mas-Mas dalam mengoptimalkan seluruh potensi yang ada. Namun kehadiran stakeholders tersebut nampaknya masih kurang disadari oleh masyarakat. Hal ini berdasarkan data yang menunjukkan tingkat pengetahuan masyarakat mengenai keterlibatan stakeholders dalam pengembangan desa wisata. Artinya stakeholders yang hadir memberikan bantuan dan sumbangsih untuk mengembangkan desa wisata kurang melibatkan masyarakat. Sehingga masyarakat pun banyak yang tidak mengetahui bahwa terdapat stakeholders yang juga berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas (lihat tabel 2).

Berdasarkan data yang diperoleh diketahui tingkat pengetahuan masyarakat terkait dengan keterlibatan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yaitu sebesar 32%. Padahal Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) telah memberika bantuan berupa pembangunan taman dan fasilitas

pendukung lainnya yang menunjang pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Hal ini bisa disebabkan karena Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat kurang memberikan sosialisasi terhadap masyarakat maupun melibatkan masyarakat dalam proses pembangunannya. Akibatnya masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keterlibatan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

Tabel 2. Keikutsertaan dalam Organisasi/Kelompok

No	Stakeholders	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR)	31 32%	66 68%	97 100%
2	Pemerintah Provinsi	45 46%	52 54%	97 100%
3	Dinas Pariwisata Provinsi	54 56%	43 44%	97 100%
4	Dinas Pariwisata Kabupaten	47 48%	40 52%	97 100%
5	Pemerintah Desa	68 70%	29 30%	97 100%
6	Swasta (Travel agent, Booking.com, dll)	25 26%	72 74%	97 100%
7	Media	55 57%	42 43%	97 100%
8	Perguruan Tinggi	69 71%	28 29%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Selanjutnya Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat juga telah memberikan sumbangsinya dengan menetapkan Desa Wisata Mas-Mas sebagai salah satu desa wisata prioritas yang akan dikembangkan. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat memberikan insentif sebesar Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah) pasca terjadinya bencana gempa bumi 2018, untuk memperbaiki dan menambah fasilitas umum yang menunjang aktifitas wisata. Sebanyak 46% responden mengetahui terkait keterlibatan Pemerintah Provinsi NTB dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok T berperan cukup penting dalam upaya pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Dinas Pariwisata Provinsi maupun Kabupaten banyak membantu Desa Wisata Mas-Mas dengan memberikan pelatihan, fasilitas homestay dan promosi desa wisata. Berdasarkan apa yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata, sebanyak 56% responden menyatakan mengetahui Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat telah terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Sementara untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, sebanyak 48% responden mengetahui Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah telah terlibat dalam pengembangan desa wisata.

Pemerintah Desa memiliki kebijakan yang strategis dalam upaya mengembangkan desa wisata. Melalui kewenangan yang telah diberikan oleh pemerintah pusat dalam memanfaatkan dana desa, pemerintah desa bisa lebih leluasa dalam merelokasikan anggarannya untuk mengembangkan desa wisata. Hal ini sudah dilakukan oleh Pemerintah Desa Mas-Mas dalam menggelontorkan dana desa melalui

Bumdes untuk membangun taman dan fasilitas penunjang pariwisata lainnya. Pemerintah desa bekerjasama dengan masyarakat gotong royong mengembangkan potensi yang ada menjadi desa wisata yang semakin berkembang. Berdasarkan data yang diperoleh diketahui sebanyak 70% responden mengetahui peran desa dalam upaya mengembangkan desa wisata. Artinya masyarakat cukup menyadari kontribusi yang dilakukan pemerintah desa dalam pengembangan desa wisata.

Selain pemerintah desa, pihak swasta juga memberikan bantuan berupa penambahan fasilitas penunjang wisata. Sebanyak 26% responden menyatakan mengetahui keterlibatan pihak swasta dalam upaya pengembangan desa wisata. Sementara peran media dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas juga sangat penting. Di era globalisasi saat ini media merupakan sarana promosi yang cukup efektif. Beberapa televisi nasional maupun lokal bahkan sudah banyak yang meliput aktivitas wisata di Desa Wisata Mas-Mas. Selain itu masyarakat juga aktif menulis melalui blog Kampung Media, sebuah portal jurnalisme warga yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informasi dan Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. Habiburohman salah seorang pendiri Desa Wisata Mas-Mas yang juga aktif menulis di Kampung Media mengatakan bahwa, melalui tulisan ia bisa memperkenalkan Desa Mas-Mas ke Dunia sehingga banyak dikunjungi oleh turis mancanegara. Diketahui sebanyak 57% responden mengetahui media telah berperan dalam pengembangan desa wisata.

Selanjutnya, Perguruan Tinggi menjadi stakeholders yang paling diketahui oleh masyarakat terkait dengan keterlibatannya dalam pengembangan desa wisata. Perguruan Tinggi melalui program KKN, mahasiswa praktik lapangan, pelatihan dan pengabdian masyarakat yang dilakukan banyak diketahui masyarakat dalam hal pengembangan desa wisata. Diketahui sebesar 71% responden mengetahui keterlibatan perguruan tinggi dalam pengembangan desa wisata.

Pengetahuan masyarakat terkait dengan stakeholders yang terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas salah satunya dipengaruhi oleh kualitas dan kuantitas informasi yang mereka peroleh. Bourdieu & Wacquant (1992) dalam Field (2010) (mendefinisikan modal sosial sebagai jumlah sumber daya, aktual maupun maya, yang berkumpul pada seorang individu maupun kepada kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitutionalkan. Sehingga pengetahuan tersebut tergantung dari kualitas dan kuantitas jaringan yang dimiliki.

Selain keterlibatan stakeholders terkait, peran masyarakat juga sangat penting. Peran masyarakat dalam berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata dapat dilihat melalui keterlibatan dalam pelatihan terkait pariwisata, mengikuti kegiatan gotong royong, kemudian melakukan promosi melalui media sosial, dan promosi melalui media sosial dapat meningkatkan jumlah kunjungan (lihat tabel 3).

Masyarakat Desa Mas-Mas jika dilihat dari partisipasi dalam mengikuti pelatihan terkait desa wisata maka sebanyak 41% responden mengatakan pernah mengikuti pelatihan. Beberapa pelatihan yang pernah diadakan di Desa Wisata Mas-Mas antara lain seperti pelatihan terkait pengelolaan *homestay*, pengelolaan sampah, pelatihan kemampuan berbahasa asing dan lain sebagainya. Masyarakat cukup aktif mengikuti kegiatan gotong royong yang dilakukan setiap hari Jum'at oleh pemerintah desa serta gotong royong yang lainnya. Hal ini berdasarkan data diketahui bahwa 97% responden mengatakan pernah mengikuti gotong royong.

Tabel 3. Partisipasi Masyarakat

No	Partisipasi	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Mengikuti Pelatihan terkait pariwisata	40 41%	57 69%	97 100%
2	Mengikuti kegiatan gotong royong	94 97%	43 3%	97 100%
3	Melakukan promosi melalui media sosial	44 45%	53 55%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Hasil study ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2015) bahwa pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan gotong royong dapat mendukung pengemabangan desa wisata (Setyawati, 2015). Selain itu partisipasi juga diperlihatkan oleh masyarakat dengan ikut terlibat dalam melakukan promosi melalui media sosial. Sebanyak 45% responden ikut melakukan promosi Desa Wisata Mas-Mas melalui media sosial.

Hasbullah (2006) dalam (Kholifa, 2016) menyebutkan, salah satu kunci keberhasilan membangun modal sosial terletak pada kemampuan sekelompok orang dalam suatu perkumpulan atau organisasi dalam melibatkan diri dalam suatu hubungan jaringan sosial. Partisipasi yang tinggi dari masyarakat Desa Wisata Mas-Mas dalam mengikuti organisasi menjadi pemicu bagi masyarakat melibatkan diri dalam berbagai kegiatan yang dilakukan. Sehingga mampu membangun kualitas jaringan yang baik di Desa Wisata Mas-Mas.

Keberadaan *Awiq-awiq*

Menurut (J. S. Coleman, 1988) terdapat norma yang harus ditaati dengan sanksi yang jelas dan efektif. Tanpa adanya norma yang jelas dan disepakati maka hubungan dalam lingkungan sosial menjadi kacau. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya sebuah anomie dimana individu cenderung berbuat semaunya sendiri berdasar kepentingan pribadinya. Paling tidak terdapat empat aturan dan nilai yang masih terjaga hingga saat ini (lihat tabel 4).

Tabel 4. Aturan dan Nilai Masyarakat Lokal

No	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Dibutuhkan <i>awiq-awiq</i> untuk menjaga nilai yang berlaku dimasyarakat	95 98%	2 2%	97 100%
2	Terdapat <i>awiq-awiq</i> bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Mas-Mas	83 85%	14 25%	97 100%

3	Mengetahui <i>awiq-awiq</i> Desa Wisata Mas-Mas	58 60%	39 40%	97 100%
---	---	-----------	-----------	------------

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Hal ini juga berlaku dalam aktivitas desa wisata. Hadirnya pariwisata terkadang dapat merusak aturan dan nilai yang berlaku di masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan aturan bagi wisatawan untuk menjaga dan mengontrol perilaku manusia atau yang disebut dengan norma sosial. Norma sosial yaitu sekumpulan aturan yang diharapkan, dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Sebanyak 98% responden mengatakan dibutuhkan *awiq-awiq* untuk menjaga aturan dan nilai yang berlaku dimasyarakat. Selanjutnya, sebanyak 85% responden mengatakan sudah terdapat *awiq-awiq* di Desa Mas-Mas. Hal ini juga dipertegas dengan data yang menunjukkan bahwa sebanyak 60% responden mengetahui *awiq-awiq* bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Mas-Mas.

Tabel 5. Sosialisasi *Awiq-awiq*

No	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Mengikuti pembuatan <i>awiq-awiq</i>	10 10%	87 90%	97 100%
2	<i>Awiq-awiq</i> disosialisasikan kepada wisatawan	71 73%	26 27%	97 100%
3	Terdapat aturan dan nilai yang berubah dengan adanya wisata di Desa Mas-Mas	3 4%	94 96%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Dalam proses pembuatan *awiq-awiq* melalui serangkaian diskusi dan tukar pikiran, diketahui bahwa sebesar 10% responden mengikuti pembuatan *awiq-awiq*. Masyarakat yang terlibat dalam pembuatan *awiq-awiq* ialah pihak pengelola, pemerintahan desa, tokoh masyarakat dan berbagai unsur masyarakat lainnya. Sebanyak 73% responden mengatakan bahwa *awiq-awiq* tersebut disosialisasikan kepada wisatawan. Lebih lanjut masyarakat mengatakan, *awiq-awiq* ini disosialisasikan kepada wisatawan melalui lokal *guide* yang bertugas mendampingi wisatawan menikmati paket wisata Desa Mas-Mas.

Dengan adanya *awiq-awiq* serta dilakukan sosialisasi kepada wisatawan sehingga aturan dan nilai yang dijunjung tinggi oleh masyarakat tetap lestari hingga saat ini. Sebanyak 96% responden mengatkan bahwa hadirnya desa wisata tidak merubah aturan dan nilai yang berlaku di masyarakat. Sebagian masyarakat menilai dengan kedatangan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Desa Wisata Mas-Mas tidak merubah aturan dan nilai masyarakat setempat.

Berkenaan dengan hal tersebut maka *awiq-awiq* memiliki andil dalam upaya meminimalisir dampak negatif yang dapat aktivitas wisata. Coleman (1994) mengungkapkan norma yang ada harus ditaati dengan sanksi yang jelas dan efektif (Coleman, 1994). Tanpa adanya norma yang jelas dan dsepakati maka hubungan dalam lingkungan sosial menjadi kacau. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya sebuah anomie

dimana individu cenderung berbuat semaunya sendiri berdasar kepentingan pribadinya. Untuk mencegah terjadinya anomie maka pengelola desa wisata Mas-Mas berupaya menerapkan *awiq-awiq* guna menjaga aturan dan nilai yang ada (lihat tabel 6).

Tabel 6. Penerapan *Awiq-Awiq*

No	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	<i>Awiq-awiq</i> diterapkan kepada wisatawan	80 82%	17 18%	97 100%
2	Terdapat sanksi apabila wisatawan melanggar aturan	37 38%	60 61%	97 100%
3	Pernah ada wisatawan yang terkena sanksi di Desa Wisata Mas-Mas	0 100%	97 100%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Sebanyak 82% responden mengatakan *awiq-awiq* telah diterapkan kepada wisatawan. Pada prosesnya, sebanyak 37% responden mengatakan terdapat sanksi apabila melanggar *awiq-awiq* yang ada. Lebih lanjut mereka mengatakan bahwa sanksi diberikan berupa skors atau peringatan bagi wisatawan. Hingga saat ini masyarakat mengatakan tidak pernah ada wisatawan yang terkena sanksi atau melanggar aturan yang ada. Hal ini karena *awiq-awiq* yang ada telah disosialisasikan secara berkala oleh pengelola desa wisata maupun guide lokal.

Menumbuhkan Kepercayaan

Aspek berikutnya adalah kepercayaan, indikator dari kepercayaan dalam penelitian ini terdapat empat aspek yaitu kepercayaan terhadap pengelola desa wisata, kepercayaan terhadap masyarakat, kepercayaan terhadap wisatawan dan terakhir yaitu kepercayaan terhadap stakeholders (lihat tabel 7)

Tabel 7. Cara Mencari Informasi

No	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Percaya pengelola desa wisata dapat berbagi keuntungan secara adil dengan masyarakat	63 65%	34 35%	97 100%
2	Pengelola desa wisata memberitahu anda apabila ada wisatawan yang akan berkunjung	12 12%	85 78%	97 100%
3	Perekonomian bapak/ibu menjadi lebih baik	69 71%	28 29%	97 100%
4	Percaya apabila harus menitipkan rumah kepada tetangga ketika sedang bepergian keluar	90 93%	7 7%	97 100%
5	Percaya apabila wisatawan menginap satu rumah dengan bapak/ibu	68 70%	29 30%	97 100%
6	Setuju <i>stakeholders</i> telah banyak membantu mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas	80 82%	17 18%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Fukuyama (2010) mengklaim bahwa kepercayaan merupakan dasar dari tatanan sosial, komunitas tergantung pada kepercayaan timbal balik dan tidak akan muncul secara spontan (Field, 2003). Pada penelitian ini diketahui kepercayaan masyarakat terhadap pengelola Desa Wisata Mas-Mas dalam hal pembagian keuntungan desa wisata yaitu sebesar 65%. Masyarakat menyebutkan belum adanya aturan yang jelas terkait dengan sistem pembagian hasil dan belum merasakan pembagian keuntungan tersebut. Hal inilah yang membuat sebagian masyarakat masih belum percaya terhadap pembagian keuntungan yang dilakukan oleh pengelola desa wisata.

Lebih lanjut Fukuyama (2010) menyebut kepercayaan sebagai dimensi dari kehidupan yang sangat menentukan dalam menuju keberhasilan pembangunan ekonomi. Kepercayaan (trust) muncul dari masyarakat yang membagi nilai (share values) sebagai dasar dari kehidupan untuk menciptakan pengharapan umum dan kejujuran. Melalui kepercayaan inilah individu tidak akan mudah curiga yang sering menjadi penghambat dari kesuksesan suatu tujuan.

Dalam kajian yang dilakukan ditemukan bahwa pengelola desa wisata memberitahu kepada masyarakat apabila akan ada wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan data penelitian diketahui sebanyak 12% responden mengatakan pernah diberitahu oleh pengelola desa wisata apabila akan ada wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Mas-Mas. Dengan keberadaan desa wisatawan masyarakat juga mengungkapkan perekonomian mereka menjadi lebih baik. Sebanyak 71% responden mengatakan perekonomian mereka menjadi lebih baik seiring dengan hadirnya wisatawan yang berkunjung ke desa mereka.

Kepercayaan antar masyarakat di Desa Mas-Mas juga cukup tinggi. Hal ini berdasarkan data yang menunjukkan bahwa 93% responden mengatakan percaya apabila harus menitipkan rumah ke tetangga apabila harus bepergian keluar kota. Selanjutnya kepercayaan terhadap wisatawan juga cukup tinggi, hal ini berdasarkan data yang telah dikumpulkan menunjukkan bahwa sebanyak 70% responden percaya apabila wisatawan tinggal dirumahnya.

Terakhir kepercayaan masyarakat terhadap stakeholders yang sudah terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas termasuk tinggi. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa masyarakat percaya terhadap stakeholders yang telah banyak membantu pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Bantuan berupa fasilitas umum, jalan menjadi lebih baik, homestay, serta fasilitas lainnya yang diberikan oleh stakeholders turut dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan 82% responden yang mengatakan stakeholders telah banyak membantu pengembangan Desa Wisata.

Faktor-Faktor Pengembangan Desa Wisata Mas-Mas

Pengembangan desa wisata memerlukan dukungan dari berbagai pihak agar dapat menjadi andalan pendapatan masyarakat di desa wisata. Terdapat beberapa faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Melihat data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi oleh 97 responden dalam penelitian yang telah dilakukan maka diketahui beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan desa wisata Mas-Mas. Yang pertama yaitu faktor pendorong. Dalam faktor pendorong terkait erat dengan faktor internal dan faktor eksternal yang mendorong dalam pengembangan desa wisata Mas-Mas menjadi makin berdaya dan berkembang yang terkait erat dengan partisipasi masyarakat (lihat tabel 8)

Tabel 8. Partisipasi Masyarakat

No	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Mengikuti musyawarah perencanaan desa wisata	19 20%	78 80%	97 100%
2	Berpartisipasi dalam pembangunan Desa Wisata Mas-Mas	79 81%	18 19%	97 100%
3	Ikut mengelola Desa Wisata Mas-Mas	21 22%	79 78%	97 100%
4	Bersedia ikut bekerjasama dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas	93 96%	4 4%	97 100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Dalam faktor internal berupa partisipasi masyarakat dalam perencanaan. Sebanyak 20% masyarakat mengikuti musyawarah perencanaan pembangunan desa wisata. Melalui komunitas muzakarah asyafiah (Kemus) bersama pemuda lainnya berdiskusi mengenai potensi yang bisa dikembangkan di Desa Mas-Mas. Melalui serangkaian diskusi dan tukar pikiran serta musyawarah bersama masyarakat kemudian dibentuklah desa wisata. Keberadaan modal sosial melalui serangkaian proses pengambilan keputusan, pelaksanaan dan monitoring yang difasilitasi pemerintah akan menginduksi masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata (Pongponrat, K. Chantradoan, 2012).

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan diketahui 81% responden terlibat dalam pembangunan desa wisata. Lebih lanjut masyarakat mengatakan, partisipasi yang dilakukan berupa buah pikir, tenaga serta promosi. Dalam data tersebut juga diketahui sebanyak 22% responden mengatakan ikut dalam mengelola desa wisata. Selanjutnya, 96% responden mengatakan bersedia untuk bekerjasama dalam upaya pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

Melihat data yang telah diperoleh melalui kuesioner maka diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Dalam penelitian ini setidaknya terdapat tiga faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata. Pertama, modal sosial yang menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Melalui jaringan yang terdapat berupa relasi antar anggota organisasi dan stakeholders. Sehingga menghasilkan partisipasi masyarakat dalam mengikuti pelatihan, gotong royong serta melakukan promosi. Nilai dan Norma ditunjukkan dengan kearifan lokal yang masih terjaga. Hal ini karena adanya awiq-awiq atau aturan bagi wisatawan yang disosialisasikan kepada wisatawan. Setiap wisatawan yang berkunjung menerapkan aturan tersebut dan mendapatkan sanksi bagi wisatawan yang melanggar aturan berupa teguran, peringatan hingga tidak diizinkan berkunjung kembali. Sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pengelola desa wisata, wisatawan dan stakeholders.

Kedua, partisipasi masyarakat yang ditunjukkan dengan tiga indikator yang mengukur partisipasi masyarakat Desa Mas-Mas. Ketiga indikator tersebut yaitu keterlibatan masyarakat dalam perencanaan desa wisata. Yang kedua keterlibatan masyarakat dalam pembangunan desa wisata. Dan yang terakhir keterlibatan

masyarakat dalam pemeliharaan desa wisata. Ketiga indikator inilah yang menjadi tolak ukur partisipasi masyarakat Desa Mas-Mas.

Ketiga, pengembangan Desa Wisata Mas-Mas diperkuat dengan berbagai kerjasama dengan stake holder yang dilakukan oleh pengelola desa wisata. Setidaknya ada delapan stakeholders yang bekerjasama dengan pengelola desa wisata. Beragam yang telah dilakukan oleh stakeholders terkait dengan pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Mulai dari pembangunan fasilitas, kebijakan, anggaran desa, pengabdian masyarakat hingga promosi yang sudah dilakukan. Keberadaan stake holder juga diakui oleh masyarakat telah berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata. sebanyak 82% responden mengatakan stakeholders telah banyak membantu mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas.

Strategi Pengembangan Desa Wisata

Untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) dipilih untuk menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di Desa Wisata Mas-Mas. sekaligus merumuskan strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang tepat dilakukan oleh Desa Wisata Mas-Mas dalam mengembangkan pariwisata untuk saat ini adalah menerapkan strategi yaitu fokus pada SO (kekuatan dan peluang).

Strategi SO dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan desa wisata guna menangkap peluang yang dimiliki. Mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat serta berinovasi dengan program wisata yang ditawarkan. Hal ini dapat berupa atraksi maupun festival yang dapat mengundang lebih banyak wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Mas-Mas serta menawarkan paket-paket wisata yang lebih menarik. Serta melakukan inovasi terhadap produk kuliner dan kerajinan baru yang lebih bervariasi dan memiliki khas tersendiri sebagai produk lokal.

Menjaga dan melestarikan alam dan lingkungan yang dilakukan berupa kegiatan gotong royong bersih-bersih desa. Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam berbahasa asing melalui pelatihan intensif serta langsung praktik dengan wisatawan asing sehingga lebih cepat dalam menguasai bahasa yang diajarkan. Serta menambah fasilitas penunjang pariwisata baik melalui pembangunan fasilitas baru maupun berbagi dengan fasilitas yang telah dimiliki oleh masyarakat. Sehingga dapat menghemat dan memberdayakan masyarakat melalui aktivitas pariwisata.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan yaitu: pertama, mengenai pengaruh modal sosial terhadap pengembangan desa wisata dinyatakan bahwa besarnya nilai modal sosial yang dimiliki masyarakat di Desa Wisata Mas-Mas membawa pengaruh pada peran aktif masyarakat dalam pengembangan desa wisata.

Kedua, kontribusi modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas berangkat dari jaringan sosial Desa Wisata Mas-Mas yang berupa relasi dalam organisasi atau komunitas yang ada. Hal ini kemudian menghasilkan partisipasi masyarakat dalam mengikuti pelatihan, gotong royong serta melakukan promosi. Menariknya, kearifan lokal yang masih terjaga menjadi basis kepercayaan antara wisatawan, pengelola wisata dan stakeholders. Hal ini karena adanya awiq-awiq atau

aturan bagi wisatawan yang disosialisasikan kepada wisatawan. Setiap wisatawan yang berkunjung menerapkan aturan tersebut dan mendapatkan sanksi bagi yang melanggar aturan berupa teguran, peringatan hingga tidak diizinkan berkunjung kembali.

Ketiga, pada strategi serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Mas-Mas ditemukan bahwa terdapat faktor pendorong dan faktor penghambat yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Hal ini menjadi pertimbangan dalam menyusun strategi yang dapat dilakukan oleh Desa Wisata Mas-Mas dalam mengembangkan pariwisata untuk saat ini yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang ada guna menangkap peluang yang dimiliki. Mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat serta berinovasi dengan program wisata yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis serta kesimpulan maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut. Pertama, pemerintah harus lebih mendukung pengembangan Desa Wisata Mas-Mas melalui berbagai cara seperti melakukan pelatihan, penyuluhan, menambah fasilitas serta sarana dan prasarana. Mengintensifkan promosi melalui media yang tepat untuk meningkatkan minat calon wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Mas-Mas.

Kedua, bagi masyarakat dalam pengembangan desa wisata diperlukan usaha untuk merawat dan meningkatkan modal sosial yang sudah ada. Selain itu, masyarakat harus lebih aktif dalam melakukan promosi untuk memperkenalkan dan mempublikasi potensi serta aktivitas Desa Wisata Mas-Mas.

DAFTAR PUSTAKA

- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95–120. <http://www.jstor.org/stable/2780243>
- Coleman, James S., Dariyatno, W., Sri, D., Muttaqien, I., & Purwandari, S. (2011). *Dasar-dasar teori sosial : foundations of social theory* (Edisi Revi). Nusa Media.
- Field, J. (2010). *Modal Sosial*. Kreasi Wacana.
- Fukuyama, F. (2010). *Trust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Penerbit Qalam.
- Hwang, D., & Stewart, W. P. (2017). Social Capital and Collective Action in Rural Tourism. *Journal of Travel Research*, 56(1), 81–93. <https://doi.org/10.1177/0047287515625128>
- Kenny, A., Farmer, J., Dickson-Swift, V. and Hyett, N. (2015), Community participation for rural health: a review of challenges. *Health Expect*, 18: 1906-1917. <https://doi.org/10.1111/hex.12314>
- Kholifa, N. (2016). *Pengaruh Modal Sosial terhadap Produktifitas Petani (Studi Kasus di Kecamatan Cilacap Utara Kabupaten Cilacap)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mawardi, M. J. (2007). Peranan Social Capital dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 3(2), 5–14.
- Mitchell, J., & Muckosy, P. (2008). *based tourism in Latin America*.
- Perguna, L. A., Imamul Huda Al Siddiq, & Irawan. (2019). Desa Membangun UMKM: Pendampingan UMKM berbasis Village-Driven Development dalam Penguatan Ekonomi Warga Di Desa Gogodeso Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 217-229. <https://doi.org/10.29062/engagement.v3i2.62>
- Pongponrat, K. Chantradoan, N. J. (2012). Mechanism of social capital in community tourism participatory planning in Samui Island, Thailand. *Tourismos*, 7(1), 339–349.
- Purwanto, & Hastanti. (2019). Analisis modal sosial dalam pengelolaan mata air di dusun ngaram-aram, desa crewek, kecamatan kradenan, kabupaten grobogan. *Jurnal Penelitian Pengelolaan Daerah Aliran Sungai*, 3(2), 89–110.

- Setyawati, T. (2015). *Modal Sosial dalam Pengembangan di Desa Wisata Tembi Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Vipriyanti, N. U. (2011). *Modal Sosial & Pembangunan Wilayah*. Universitas Brawijaya Press.
- Yulianto, T. S. (2015). *Modal Sosial Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Pentingsari dan Sambu Kabupaten Sleman*. Universitas Gajah Mada.