

MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI OBYEK WISATA COLO KABUPATEN KUDUS



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

GALANG HENDRY SYAHRIAR
NIM. C2B009001

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Galang Hendry Syahriar

Nomor Induk Mahasiswa : C2B009001

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Ilmu Ekonomi dan Studi
Pembangunan

Judul Skripsi : **MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN
DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI
OBYEK WISATA COLO KABUPATEN
KUDUS**

Dosen Pembimbing : Darwanto, SE., MSi

Semarang, 26 Januari 2015

Dosen Pembimbing

(Darwanto, SE., MSi)
NIP. 197808112008121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Galang Hendry Syahriar

Nomor Induk Mahasiswa : C2B009001

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ IESP

Judul Skripsi : **MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN
DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI
OBYEK WISATA COLO KABUPATEN
KUDUS**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 10 Februari 2015

Tim Penguji :

1. Darwanto, SE., M.Si (.....)

2. Prof. Dr. Purbayu Budi Santosa, M.S (.....)

3. Evi Yulia Purwanti, SE., MSi (.....)

Mengetahui
Pembantu Dekan I,

Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt.
NIP. 19670809 199203 1001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Galang Hendry Syahriar, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Modal Sosial Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Pariwisata Di Obyek Wisata Colo Kabupaten Kudus, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 26 Januari 2015
Yang Membuat Pernyataan,

Galang Hendry Syahriar
NIM. C2B009001

ABSTRACT

Kudus Regency has the potential of nature tourism and religious tourism can be developed to sustain the economy. However, this potential has not been explored due to management that management has not been well-organized and persistent levels of the interests of stakeholders. This study aims to explore how the image of the shape and interaction of institutions and social capital in the community area Destinations Colo.

Methods of research using qualitative methods with phenomenological approach. Data collection was done by observation and interviews with informants who play a direct role in the management and development of Tourism Object Colo which can provide key information needed in research. The data has been collected, analyzed by adopting the model of analysis Miles and Huberman, which consists of 3 processes: data reduction, display/ presentation of data and verification / conclusions.

The results showed that villagers have formed a institution Colo in the form of social organizations supporting the management of tourism and establish parent to coordinate with each other. But still minimal interaction among stakeholders concerned that blaming each other for the authority and responsibilities of the parties that tend to slow the development of tourism.

Keywords : Tourism , Social Capital , Institutions , Stakeholders , Interaction

ABSTRAKSI

Kabupaten Kudus mempunyai potensi pariwisata alam dan pariwisata religi yang dapat dikembangkan untuk menopang perekonomian masyarakat. Namun potensi ini belum tergarap karena adanya pengelolaan pengelolaan yang belum terorganisir dengan baik serta masih tingginya kepentingan-kepentingan *stakeholders*.

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana gambaran bentuk dan interaksi institusi dan modal sosial yang ada di masyarakat kawasan Obyek Wisata Colo. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada informan-informan yang berperan langsung dalam pengelolaan dan pengembangan Obyek Wisata Colo yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian. Data yang telah dikumpulkan, dianalisis dengan mengadopsi model analisis Miles dan Huberman, yang terdiri dari 3 proses yaitu reduksi data, display/penyajian data dan verifikasi/kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat desa Colo sudah membentuk sebuah institusi dalam bentuk ormas-ormas pendukung pariwisata dan membentuk kepengurusan induk untuk saling berkoordinasi. Namun masih minim interaksi antar *stakeholders* yang berkepentingan sehingga saling menyalahkan atas kewenangan dan tanggung jawab pihak-pihak tersebut sehingga pengembangan pariwisata cenderung lambat.

Kata kunci : Pariwisata, Modal Sosial, Institusi, Stakeholders, Interaksi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Modal Sosial Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Pariwisata Di Obyek Wisata Colo Kabupaten Kudus*”.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa bimbingan, bantuan dan dorongan tersebut sangat berarti dalam penulisan skripsi ini. Sehubungan dengan hal tersebut di atas penulis menyampaikan hormat dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan karunia, rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis.
2. Dr. Suharnomo, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Darwanto, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan segala kemudahan, nasihat, saran, pengarahan dan penuh kesabaran dalam membimbing, serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Y. Bagio Mudakir, MSP, selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan sepenuhnya kepada penulis dan memberikan motivasi kepada

penulis selama belajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.
6. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus.
7. Kepala Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus yang senantiasa membantu dalam memberikan informasi.
8. Ketua Pokdarwis Padang Bulan yang meluangkan waktu dan membantu dalam memberikan informasi.
9. Para responden yang sangat membantu penulis dalam proses pengambilan data di skripsi ini.
10. Orang tua tercinta. Bapak (Suliyanto) dan Ibu (Suripah) yang senantiasa sabar dan memberikan yang terbaik. Do'a yang tulus, kasih sayang dan cinta yang melimpah, motivasi, dorongan serta perhatian yang sangat mendalam.
11. Kakak (Dahniar Repiyanto) dan adik (Abby Rizal B) yang selalu memberikan motivasi.
12. Fanny Suharto, yang selalu sabar serta memberikan do'a, dorongan, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
13. Sahabatku – sahabatku IESP 2009 yang selalu ada disaat apapun Eka, Rudi, Fafan, Ajik, Laftoni, Fajar, dan Risal.
14. Sahabat – sahabatku di Kost 75 yang sering direpotkan, selalu menemani dan memberikan semangat.

15. Sahabat-sahabatku dari SMP sekaligus teman seperjuangan Ayuk dan Andre atas bantuan dan do'anya.
16. Sahabat-sahabat dari SMA Kucluk, Kavi, Danang, Imron, Rohman, Toni, Iung, dan Ridho yang selalu menanyakan kelulusanku sehingga penulis mempunyai tekad dan termotivasi untuk menyelesaikan skripsi.
17. Seluruh keluarga besar IESP 2009 yang kompak, kreatif, dan kekeluargaan atas kebersamaan selama ini, banyak kesan yang sangat indah dilalui bersama kalian.
18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Kritik dan saran penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 26 Januari 2015

Galang Hendry Syahriar

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pengertian Umum Pariwisata.....	16
2.1.2 Konsep Ekowisata.....	20
2.1.3 Teori Kelembagaan.....	21
2.1.2.1 Kelembagaan Pariwisata.....	23
2.1.4 Modal Sosial.....	25
2.1.5 Tipologi Modal Sosial.....	27
2.1.5.1 Modal Sosial Terikat (<i>Bonding Social Capital</i>).....	28
2.1.5.2 Modal Sosial yang Menjembatani (<i>Bridging-Social Capital</i>).....	30
2.1.6 Indikator Modal Sosial.....	33
2.1.3.1 Norma (<i>Norms</i>).....	33
2.1.3.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	35
2.1.3.3 Jaringan Sosial (<i>Social Network</i>).....	36
2.1.4 Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	48
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	49
3.1.2 Fenomenologi.....	50
3.2 Pengumpulan Data.....	52

3.2.1 Wawancara	52
3.2.2 Informan Penelitian	53
3.2.3 Setting Penelitian	55
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	55
3.2.5 Batasan Penelitian.....	56
3.3 Teknik Analisis Data.....	57
3.3.1 Analisis Data.....	57
3.3.2 Uji Keabsahan Data.....	61
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	63
4.2 Kelembagaan Lokal.....	72
4.2.1 Bentuk Kelembagaan Kelompok Sadar Wisata (Po- kdarwis) Desa Colo.....	73
4.2.2 Bentuk Kelembagaan Paguyuban Ojek Obyek Wisa- ta Colo.....	77
4.2.3 Kelembagaan Paguyuban Dagang Obyek Wisata – Colo.....	86
4.3 Gambaran Modal Sosial Masyarakat.....	90
4.3.1 Modal Sosial Organisasi dan Paguyuban Masyarakat Pendukung Pariwisata di Obyek Wisata Colo.....	91
4.3.1.1 Modal Sosial Bentuk Jaringan (<i>Social – Network</i>).....	91
4.3.1.2 Modal Sosial Bentuk Kepercayaan (<i>Trust</i>)...	93
4.3.1.3 Modal Sosial Bentuk Nilai dan Norma So- sial (<i>Social Norms</i>).....	98
4.3.1.4 Pandangan Akademisi Terhadap Modal So- sial Di Kawasan Obyek Wisata Colo.....	104
4.4 Peran dan Interaksi antar <i>Stakeholders</i> di Kawasan Obyek- Wisata Colo.....	108
4.4.1 Peran Stakeholder di Obyek Wisata Colo.....	108
4.4.2 Bentuk Koordinasi dan Kolaborasi Antar <i>Stakehol- ders</i>	116
4.4.2.1 Koordinasi Antar <i>Stakeholders</i>	116
4.4.2.2 Kolaborasi Antar <i>Stakeholders</i>	119
4.5 Pembahasan.....	128
4.6 Diskusi.....	144
4.7 Temuan Penelitian.....	151
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	155
5.5 Saran.....	155
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN.....	162

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah Obyek Wisata dan Desa Wisata Di Propinsi Jawa-Tengah tahun 2009-2013.....	2
Tabel 1.2 : Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Total PDRB Provinsi Jawa Tengah Tahun 2009-2013.....	4
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1 : Informan Penelitian.....	54
Tabel 4.1 : Jenis Mata Pencaharian Masyarakat Desa Colo.....	64
Tabel 4.2 : Data Realisasi Pendapatan Dinas Kebudayaan Dan – Pariwisata Kabupaten Kudus Tahun 2005-2014.....	70
Tabel 4.3 : Rekapitulasi Penerimaan Daerah Dari Pengunjung Obyek-Wisata Colo Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata – Kabupaten Kudus Tahun 2010-2014.....	71
Tabel 4.4 : Bentuk Modal Sosial Masyarakat Desa Colo.....	103
Tabel 4.5 : Peran <i>Stakeholders</i> Dalam Pengelolaan dan Pengembangan-Pariwisata.....	115
Tabel 4.6 : Hubungan Interaksi Antar Stakeholders.....	128
Tabel 4.7 : Fungsi Kelembagaan Lokal Desa Colo.....	134

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian.....	47
Gambar 3.1 : Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman.....	60
Gambar 4.1 : Peta Desa Colo Kecamatan Dawe.....	63
Gambar 4.2 : Koordinasi Antar Organisasi Masyarakat Pendukung Pari- wisata.....	77
Gambar 4.3 : Bentuk Kelembagaan Dan Modal Sosial Organisasi Mas- yarakat Pendukung Obyek Wisata Colo.....	137

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Surat Rekomendasi Survey.....	151
Lampiran B : Dokumentasi Foto.....	152
Lampiran C : Data Olahan/Verbatim.....	160

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan potensial dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara, terlebih bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah yang luas dengan daya tarik wisata yang cukup besar, banyaknya keindahan alam, aneka warisan sejarah budaya, dan kehidupan masyarakat (*etnik*). Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu penunjang perekonomian yang memiliki prospek yang cerah, tetapi hingga dewasa ini belum memperlihatkan peranan yang sesuai dengan harapan dalam proses pembangunan di Indonesia.

Dengan diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004, UU No.33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah.

Pembangunan dan pengembangan pariwisata di Jawa Tengah mempunyai peranan penting karena disamping sebagai penggerak perekonomian dan salah satu sumber pendapatan pemerintah melalui retribusi. Selain itu juga diharapkan meningkatkan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pariwisata juga merupakan salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat akan kepuasan terhadap hal-hal yang bersifat batiniah.

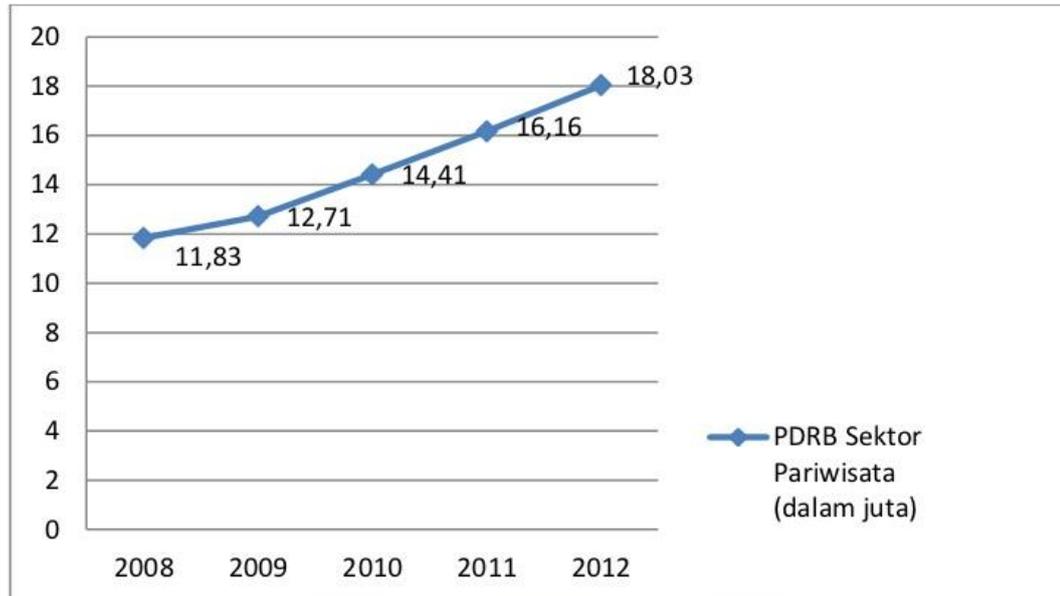
Tabel 1.1
Jumlah Obyek Wisata dan Desa Wisata di Propinsi Jawa Tengah
Tahun 2009-2013

No	Uraian	Tahun				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Jumlah obyek wisata (OW)	257	266	284	385	N/A
2	Obyek wisata yang memiliki rencana pengembangan destinasi wisata(%)	10	15	15	20	N/A
3	Jumlah obyek wisata berstandar nasional (OW)	28	30	34	37	N/A
4	Jumlah obyek wisata berstandar internasional (OW)	13	15	17	20	N/A
5	Jumlah obyek wisata yang mempunyai UMKM dan Industri Keratif bidang pariwisata (OW)	125	150	175	200	N/A
6	Jumlah desa wisata (desa)	85	118	119	125	N/A

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2013

Dilihat dari tabel 1.1 jumlah obyek wisata di Jawa Tengah setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah obyek wisata dimulai semenjak tahun 2009 sebesar 257 obyek wisata sampai pada tahun 2012 sebesar 385 obyek wisata. Pembangunan obyek wisata di Jawa Tengah memang setiap tahun dilakukan dan mengalami penambahan jumlah namun juga harus diimbangi dengan pengembangannya agar mampu menarik banyak wisatawan baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan internasional.

Gambar 1.1
Grafik PDRB Sektor Pariwisata Di Jawa Tengah Tahun 2008-2012



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013

Dilihat dari grafik bisa dilihat bahwa PDRB sektor pariwisata mulai tahun 2008 sampai 2012 mengalami peningkatan namun kurang signifikan. Kontribusi sektor pariwisata terhadap total PDRB Provinsi Jawa Tengah dalam kurun waktu Tahun 2009-2012 menunjukkan perkembangan yang relatif kecil dari 3,24% pada Tahun 2009 menjadi 3,28% pada Tahun 2012. Kondisi ini menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap kondisi perekonomian Jawa Tengah kurang terlalu berkembang. Perkembangan jumlah dan kontribusi sektor pariwisata terhadap total PDRB bisa dilihat dari tabel 1.2.

Tabel 1.2
Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Total PDRB Provinsi Jawa Tengah
Tahun 2009 – 2013 (Juta rupiah)

No	Uraian	Tahun				
		2009	2010	2011	2012	2013
1	Hotel	1.362.722,98	1.547.333,66	1.711.438,05	1.898.282,67	N/A
2	Restoran	11.252.640,99	12.495.126,54	14.137.771,81	15.982.272,76	N/A
3	Lapangan usaha Hiburan dan Rekreasi	277.994,35	331.540,12	361.282,19	399.197,41	N/A
4	Jumlah Sektor Pariwisata	12.893.358,32	14.374.000,32	16.210.492,05	18,279.752,84	N/A
5	Sumbangan Sektor Pariwisata Terhadap PDRB (%)	3,24	3,23	3,25	3,28	N/A

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2013 (diolah)

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya (Wardiyanta, 2006 : 47).

Pengembangan pariwisata dari segi sosial akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan

dengan kepariwisataan. Pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotifasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa. Selain itu pariwisata juga mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Pengembangan pariwisata pada segi ekonomi dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis. Pariwisata juga akan mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Selain itu dengan adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Di Kabupaten Kudus terdapat berbagai macam tempat wisata antara lain Kawasan Obyek Wisata Colo, Wisata Religi Makam Sunan Kudus, Museum Kretek, Museum Situs Patiayam, Mulia Wisata Waterboom dan Wisata Alam Rahtawu. Namun dari berbagai wisata yang ada di Kabupaten Kudus, Kawasan Obyek Wisata Colo yang paling ramai dikunjungi para wisatawan dibanding wisata lain. Kawasan pariwisata yang bernama Obyek Wisata Colo yang berada di Desa Colo Kecamatan Dawe. Disebut Kawasan Obyek Wisata Colo karena Obyek Wisata Colo menyajikan beberapa wisata yaitu wisata religi makam Sunan Muria, wisata alam berupa Air Terjun Montel, Taman Ria Colo, wisata alam Renjenu dan wisata Kebun Kopi. Selain wisata religi dan wisata alam di Colo terdapat berbagai tradisi dan berbagai makanan khas yang dijadikan daya tarik wisata. Untuk tradisi yang ada di Desa Colo antara lain Tradisi Buka Luwur, Sedekah Bumi, dan

Tradisi Sewu Kupat. Sedangkan untuk makanan khas seperti pecel pakis, pisang byar (pisang tanduk), jangklong (ganyong), dan parijoto. Dengan adanya berbagai macam daya tarik wisata yang disajikan di Obyek Wisata Colo menjadikan tempat tersebut banyak dikunjungi oleh para wisatawan yang datang untuk berziarah atau hanya sekedar menikmati keindahan alam menyebabkan adanya peluang bagi masyarakat setempat untuk memanfaatkan kesempatan untuk membuka lapangan pekerjaan di lingkungan daerah wisata Gunung Muria yaitu misalnya dengan berdagang, menawarkan jasa-jasa, serta usaha-usaha pendukung lain yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Potensi Obyek Wisata Colo menuntut masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Partisipasi masyarakat dan kearifan lokal untuk meningkatkan sektor pariwisata yaitu dengan mendukung sektor pariwisata tersebut dengan ikut berkontribusi dalam pembangunan dan perbaikan destinasi wisata daerah tersebut. Pengembangan potensi pariwisata akan mampu menarik wisatawan dan diharapkan akan meningkatkan ekonomi lokal yang ada di masyarakat. Dengan menggali potensi daerah yang memiliki ciri khas dan daya tarik kemudian dikembangkan dengan menggabungkan dan mengangkat nilai-nilai kearifan lokal agar lebih dikenal seluruh masyarakat akan mendatangkan rejeki melalui retribusi bagi pemerintah daerah maupun dari aktivitas perdagangan.

Pembangunan dan pengembangan pariwisata berbasis partisipasi masyarakat akan memacu pertumbuhan sosial dan ekonomi yang pada gilirannya akan mempengaruhi kehidupan masyarakat, tingkat kesejahteraan masyarakat,

kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat. Selain berpengaruh pada sektor sosial ekonomi, pengembangan pariwisata juga akan berpengaruh pada sektor sosial budaya. Diantaranya adalah tingkat partisipasi dan kegotongroyongan penduduk, komunikasi antar penduduk, pendidikan dan norma sosial, kepadatan penduduk, mobilitas penduduk bahkan sampai pada tingkat kriminalitas.

Peningkatan dan pengembangan pariwisata akan mempengaruhi kebudayaan serta norma-norma yang ada di masyarakat seperti perilaku masyarakat sekitar obyek wisata. Maka itu perlunya kelembagaan (*institutional*) dalam membentuk sebuah aturan main berupa norma atau aturan yang tertulis maupun aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku masyarakat serta dipercaya dan berlaku di masyarakat. Aturan main tersebut mampu membantu dalam pengembangan pariwisata dan menyelesaikan masalah-masalah yang timbul di masyarakat.

Institusi dianggap sama dengan pemain game, aturan main, atau hasil (*ekulibrium*) dari game. Yustika (2008) mendefinisikan kelembagaan dapat dipandang sebagai suatu proses dan tujuan. Sebagai suatu proses, maka kelembagaan merujuk pada upaya untuk mendesain pola interaksi antar pelaku ekonomi sehingga mereka bisa melakukan kegiatan transaksi. Jika berhubungan dengan tujuan, maka kelembagaan berkonsentrasi untuk menciptakan efisiensi ekonomi berdasarkan struktur kekuatan ekonomi, politik, dan sosial antar pelakunya. Dalam penciptaan kelembagaan perlu adanya unsur modal sosial didalamnya untuk memaksimalkan kemampuan kelembagaan tersebut dalam mencapai tujuan.

Yuliarmi (2011) berpendapat modal sosial memiliki cakupan dimensi yang sangat luas dan kompleks. Para ahli memberikan pengertian tentang modal sosial sangat bervariasi, sesuai dengan sudut pandang serta dimensi yang dijadikan sebagai rujukan untuk memaknai modal sosial. Berbeda dengan modal manusia, yang lebih merujuk ke dimensi individu terkait dengan daya serta keahlian yang dimiliki seorang individu. Pada modal sosial lebih menekankan pada potensi individu maupun kelompok dan hubungan antar kelompok dalam suatu jaringan sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok.

Modal sosial merupakan kemampuan yang timbul dari adanya kepercayaan (*trust*) dalam sebuah komunitas. Rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisien dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama. Modal sosial diyakini sebagai salah satu komponen utama dalam menggerakkan kebersamaan, mobilitas ide, saling kepercayaan dan saling menguntungkan untuk mencapai kemajuan bersama.

Masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi akan mampu menyelesaikan kompleksitas persoalan dengan lebih mudah. Modal sosial dengan saling percaya, toleransi, dan kerjasama mereka dapat membangun jaringan baik di dalam kelompok masyarakatnya maupun dengan kelompok masyarakat lainnya. Selain itu dengan modal sosial masyarakat akan mengurangi biaya transaksi yang terjadi dalam pengelolaan dan pengembangan Obyek Wisata Colo. Modal sosial sebagai modal yang memiliki manfaat dalam interaksi antar pelaku-

pelaku ekonomi dapat memainkan perannya untuk mereduksi biaya transaksi yang muncul dalam kegiatan transaksi tersebut. Biaya transaksi yang tinggi dapat diupayakan untuk direduksi dengan memperbesar modal sosial yang dimiliki, diantaranya melalui kepercayaan (*trust*), jaringan informasi, dan norma sebagai bentuk modal sosial yang dapat dimanfaatkan. Tonkiss dalam Syahyuti (2008) juga menjelaskan bahwa modal sosial akan memiliki nilai ekonomi jika mampu membantu individu atau kelompok dalam kegiatan ekonomi, salah satunya untuk mereduksi atau mengurangi biaya transaksi. Munculnya masyarakat peduli pada berbagai aspek dan dimensi aktifitas kehidupan, masyarakat yang saling memberi perhatian dan saling percaya. Situasi yang mendorong kehidupan bermasyarakat yang damai, bersahabat, dan tenteram.

Begitu pula dengan sektor pariwisata, dalam segi peningkatan sumber daya wisata pun diperlukan modal sosial yang baik antara unsur-unsur penggerak sektor wisata. Salah satu modal sosial yang dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan suatu pengembangan wisata alam adalah adanya jaringan sosial yang terjalin antar-*stakeholders* yang terlibat (Lyon dalam Rachmawati, dkk, 2011). Hal-hal yang dapat mempengaruhi terbentuknya jaringan sosial adalah adanya hubungan baik antar-*stakeholders* yang terlibat (Weiler and Laing dalam Rachmawati, dkk, 2011).

Soekanto dalam Rachmawati, dkk (2011) menyatakan hubungan baik antar-*stakeholders* yang juga bisa disebut interaksi sosial tersebut juga sebagai proses sosial yang terjadi apabila terdapat kontak sosial dan komunikasi antarpihak yang terlibat. Interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya

aktivitas sosial dan merupakan hubungan yang dinamis yang menyangkut hubungan antar individu, antar kelompok dan antara individu dan kelompok.

Suatu kontak dapat bersifat positif atau negatif. Kontak sosial yang bersifat positif mengarah pada kerja sama, sedangkan yang bersifat negatif mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan suatu interaksi sosial. Suatu kontak dapat pula bersifat primer atau sekunder. Kontak primer terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka. Sebaliknya, kontak yang sekunder memerlukan suatu perantara. Komunikasi adalah proses ketika seseorang memberikan tafsiran pada perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, gerak badaniah, atau sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain tersebut (Soekanto dalam Rachmawati,dkk, 2011).

Pada suatu kawasan obyek wisata yang kewenangan pengelolaannya dilakukan oleh beberapa pihak yang berbeda bisanya mengalami kesulitan dalam pengembangan pariwisata. Pada kenyataanya sering kali dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata interaksi sosial maupun koordinasi dalam bentuk kolaborasi antar-*stakeholders* yang mempunyai kewenangan belum sepenuhnya terjalin. Hal tersebut terjadi karena belum ada paket kerjasama dan kolaborasi yang terjadi diantara mereka. Ini terjadi karena sering terjadi miskomunikasi diantara mereka sehingga kerjasama yang akan dijalankan tidak terrealisasikan. Kolaborasi antar-*stakeholders* yang minim menyebabkan pengembangan pariwisata yang dilakukan berjalan sendiri-sendiri dan mengakibatkan

ketidakefisienan dalam pengembangan pariwisata. Selain itu peran dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata biasanya kurang dilibatkan.

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka pengembangan pariwisata perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah atau dinas yang berwenang maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif dari obyek wisata lain. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya pariwisata yang ada di Jawa Tengah. Pemerintah dan masyarakat perlu meningkatkan perannya dalam pengembangan pariwisata dalam pengembangan ekonomi daerah. Pengembangan pariwisata dengan modal sosial dipilih dalam penelitian ini karena dianggap mampu mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA) serta meningkatkan ekonomi dan lapangan pekerjaan. Pengembangan pariwisata dengan modal sosial merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta dapat memberikan dampak sosial yang positif.

1.2. Rumusan Masalah

Di Kabupaten Kudus terdapat sebuah kawasan wisata yang disebut Obyek Wisata Colo. Obyek Wisata Colo terletak di Desa Colo Kecamatan Dawe. Kawasan Obyek Wisata Colo menyajikan berbagai macam wisata yaitu wisata religi makam Sunan Muria, wisata alam berupa Air Terjun Montel, wisata alam Renjenu dan wisata Kebun Kopi bisa menjadikan tempat tersebut banyak dikunjungi oleh para wisatawan yang datang untuk berziarah atau hanya sekedar menikmati keindahan alam. Selain itu terdapat daya tarik lain berupa makanan khas seperti pecel pakis, jangklong, pisang byar, dan parijoto yang merupakan

makanan khas dan hanya bisa ditemukan di Colo. Selain daya tarik wisata religi, alam, dan kuliner dikawasan tersebut mempunyai tradisi yang bisa dijadikan daya tarik lain berupa tradisi Buka Luwur di Makam Sunan Muria, Tradisi Sedekah Bumi dan Tradisi Sewu Kupat. Berbagai potensi daya tarik dan wisata yang ada di Kawasan Obyek Wisata Colo menyebabkan adanya peluang bagi masyarakat setempat untuk memanfaatkan kesempatan untuk membuka lapangan pekerjaan di lingkungan daerah wisata Gunung Muria yaitu misalnya dengan berdagang, menawarkan jasa-jasa, serta usaha-usaha pendukung lain yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Pengembangan potensi pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis bagi pemerintah Kabupaten Kudus.

Pembangunan dan pengembangan pariwisata akan memacu perubahan sosial, ekonomi dan budaya. Selain yang berdampak positif di masyarakat juga tidak terlepas dari dampak negatif berupa masalah-masalah yang timbul bila tidak ada interaksi yang positif antar pihak-pihak yang berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Berbagai obyek wisata yang berada di kawasan Obyek Wisata Colo yang pengelolaan dilakukan oleh beberapa pihak terkadang menimbulkan masalah tersendiri dalam pengembangan pariwisata kedepannya. Pihak-pihak yang berwenang atau *stakeholders* tersebut yang biasanya mempunyai kepentingan masing-masing. Hal tersebut disebabkan kurangnya koordinasi dan kolaborasi antar-*stakeholders* yaitu masyarakat dengan Dinas yang berwenang ataupun dengan pihak swasta. Masing-masing dari pihak yang berwenang masih belum bisa bersinergi dan berjalan sendiri-sendiri dalam mengembangkan

pariwisata sehingga kurang efektif hasilnya. Maka itu perlunya kelembagaan (*institutional*) untuk membuat sebuah aturan main berupa norma-norma atau aturan tertulis ataupun tidak tertulis untuk mengatur tingkah laku dan berlaku di masyarakat maupun mediator dalam pengembangan Pariwisata ataupun menyelesaikan masalah-masalah yang timbul di masyarakat akibat pengembangan pariwisata.

Kelembagaan yang dimaksud tersebut akan mampu memberikan sumbangan terciptanya modal sosial di masyarakat. Masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi akan membuka kemungkinan menyelesaikan kompleksitas persoalan dengan lebih mudah. Dengan saling percaya, toleransi, dan kerjasama mereka dapat membangun jaringan baik di dalam kelompok masyarakatnya maupun dengan kelompok masyarakat lainnya. Modal sosial diyakini sebagai salah satu komponen utama dalam menggerakkan kebersamaan, mobilitas ide, saling kepercayaan dan saling menguntungkan untuk mencapai kemajuan bersama. Selain itu modal sosial juga dinilai akan mengurangi biaya transaksi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di Kawasan Obyek Wisata Colo.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran umum bentuk-bentuk Kelembagaan Lokal dan Modal Sosial dalam pengembangan pariwisata yang ada di kawasan Objek Wisata Colo di Kabupaten Kudus ?
2. Bagaimana interaksi sosial yang terjadi antar *Stakeholders* dalam pengembangan pariwisata di kawasan Obyek Wisata Colo ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui gambaran umum bentuk-bentuk Kelembagaan Lokal dan Modal Sosial dalam pengembangan pariwisata yang ada di kawasan Obyek Wisata Colo di Kabupaten Kudus.
2. Mengetahui serta mengidentifikasi interaksi sosial antar *Stakeholder* dalam pengembangan pariwisata yang ada di kawasan Obyek Wisata Colo.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi masyarakat di kawasan Obyek Wisata Colo, diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang dihadapinya sehingga mampu mengembangkan sektor pariwisata di daerah mereka.
2. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat berperan serta dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Kudus untuk ke depannya.
3. Bagi peneliti lain dan akademik, sebagai tambahan informasi dan disiplin ilmu, menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab.

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang mengenai permasalahan pengembangan pariwisata di kawasan Obyek Wisata Colo di Kabupaten Kudus dan pentingnya modal sosial dalam pemecahan permasalahannya, dilanjutkan dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua adalah Tinjauan Pustaka. Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian mengenai kelembagaan dan modal sosial di Kabupaten Kudus, dilanjutkan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini, dan kerangka penelitian teoritis

Bab ketiga adalah Metode Penelitian. Bab ini menjabarkan mengenai metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif, unit analisis penelitian, data penelitian dan teknik analisis data. Selain itu, tentang bagaimana menguji validitas data dalam penelitian kualitatif.

Bab keempat adalah Hasil dan Pembahasan. Bab ini menguraikan tentang gambaran umum modal sosial dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Kudus, analisis data dan pembahasan mengenai permasalahan dan solusi bagi kemajuan Pariwisata di Kabupaten Kudus.

Bab kelima adalah Penutup. Sebagai bab terakhir, bab ini menguraikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran bagi pihak yang berkepentingan dan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Dari fenomena pengembangan pariwisata yang ada di Obyek Wisata Colo dengan berbagai dinamikanya, maka upaya untuk memahami dan mendapatkan kejelasan dalam persoalan maupun pilihan teorisasi jawabanya, memerlukan perspektif pendekatan tertentu sehingga memberikan informasi maupun solusi yang memadai. Karena adanya masalah kurang interaksi sosial yang terjadi antara masyarakat dengan dinas yang berwenang. Maka sudah selayaknya pendekatan ekonomi kelembagaan dengan pendekatan Teori Modal Sosial (*Social Capital Theory*) yang diharapkan mampu mengurai beberapa asumsi tentang bentuk-bentuk modal sosial yang ada di lingkungan Obyek Wisata Colo yaitu berupa Jaringan, Norma, dan Kepercayaan.

Ekonomi kelembagaan menjadi salah satu teori dalam mengupas persoalan penelitian ini dengan alasan fenomena yang terjadi pada pengembangan pariwisata bukan semata persoalan ekonomi, tetapi ada faktor-faktor lain selain ekonomi yaitu sosial, budaya, hukum dan lain sebagainya yang dalam ekonomi neoklasik dikesampingkan.

2.1.1 Pengertian Umum Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh

seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (UU RI No. 10 Tahun 2009).

Istilah pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar. *Wisata* berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain. Pengertian pariwisata secara luas dapat dilihat dari beberapa definisi sebagai berikut :

- 1) Menurut A.J. Burkart dan S. Medlik, pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut (Soekadijo, 2000:3)
- 2) Menurut Prof. Hunzieker dan Prof. K. Krapf, pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara (Soekadijo, 2000:12)

Fandeli (1995:37) mengemukakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dijelaskan pula bahwa wisata

merupakan suatu kegiatan bepergian dari suatu tempat ke tempat tujuan lain di luar tempat tinggalnya, dengan maksud bukan untuk mencari nafkah, melainkan untuk menciptakan kembali kesegaran baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi lagi.

Pariwisata dari segi daya tariknya menurut Fandeli (1995:3) dapat dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu:

1. **Daya Tarik Alam.** Pariwisata daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya, seperti laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan dan objek wisata yang masih alami.
2. **Daya Tarik Budaya.** Pariwisata daya tarik budaya merupakan suatu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki keunikan atau kekhasan budaya, seperti kampung naga, tanah toraja, kampung adat banten, kraton kasepuhan Cirebon, kraton Yogyakarta, dan objek wisata budaya lainnya.
3. **Daya Tarik Minat Khusus.** Pariwisata ini merupakan pariwisata yang dilakukan dengan mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan minat seperti wisata olahraga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja, dengan jenis-jenis kegiatannya antara lain bungee jumping.

Faktor yang mendorong suatu perjalanan wisata dari daya tarik objek wisata diharapkan membentuk citra atau *image*. Citra wisata adalah gambaran yang diperoleh wisatawan dari berbagai kesan, pengalaman dan kenangan yang didapat sebelum, ketika dan sesudah mengunjungi objek wisata. Faktor-faktor

utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah sebagai berikut Foster (1985:5):

a. Profil Wisatawan (*Tourist Profile*)

Profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

- Karakteristik sosial ekonomi wisatawan (*Socio-economic characteristic*) yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan.
- Karakteristik tingkah laku (*behavioural Characteristic*) yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.

b. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (*travel awareness*) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.

c. Karakteristik perjalanan (*trip features*) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya dan waktu perjalanan.

d. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (*resources and characteristic of destinataon*) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi lingkungan dan sebagainya.

Keempat faktor di atas dirumuskan melalui unsur penawaran (*supply*) dan unsur permintaan (*demand*). Adanya kedua unsur yang berlawanan ini melahirkan berbagai jenis kegiatan rekreasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu kawasan wisata.

2.1.2 Konsep Ekowisata

Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dimana pada pasal 1 ayat 5 mengatakan bahwa salah satu daya tarik wisata adalah ekowisata, di samping wisata budaya dan wisata minat khusus dan pada pasal 14 ayat 1 menyebutkan bahwa perusahaan daya tarik ekowisata merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya untuk dijadikan sarana wisata. Di samping itu SK Dirjen PHPA Nomor 129/Kpt/DJ/1996 menyebutkan bahwa ekowisata merupakan sebuah kegiatan dan sebagian dari kegiatan yang dilakukan secara sukarela, bersifat sementara dan untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam kawasan konservasi. Kedua kebijakan pemerintah tersebut mengukuhkan bahwa ekowisata merupakan kegiatan yang dapat memberikan harapan masyarakat lokal untuk mengelola potensi alam sekitarnya.

Disamping itu ada beberapa sarjana memberikan konsep ekowisata diantaranya : Fandeli (2000:5) memberi batasan ekowisata yaitu suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomis dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Berdasarkan pengertian tersebut, bentuk ekowisata pada dasarnya merupakan suatu gerakan konservasi yang dilakukan oleh penduduk. Eplerwood (1999) dalam Ariana (2013) ekowisata adalah bentuk baku dari perjalanan bertanggung jawab di daerah alami dan berpetualangan yang dapat menciptakan industri pariwisata. Disamping itu ia juga mengemukakan delapan prinsip ekowisata yaitu.

- 1) Mencegah dan menanggulangi dampak dari aktivitas wisatawan terhadap alam dan budaya.
- 2) Pendidikan konservasi lingkungan artinya mendidik wisatawan dan masyarakat setempat akan pentingnya arti konservasi.
- 3) Pendapatan langsung untuk kawasan artinya pendapatan yang diperoleh dipergunakan untuk membina melestarikan dan meningkatkan kualitas kawasan pelestarian alam.
- 4) Partisipasi masyarakat dalam perencanaan artinya masyarakat diajak dalam merencanakan pengembangan ekowisata termasuk melakukan pengawasan.
- 5) Penghasilan masyarakat artinya keuntungan secara nyata diterima masyarakat dari kegiatan ekonomi dapat mendorong masyarakat menjaga kelestarian kawasan alam.
- 6) Menjaga keharmonisan dengan alam artinya semua upaya pengembangan termasuk pengembangan fasilitas dan utilitas harus tetap menjaga keharmonisan dengan alam.
- 7) Daya dukung lingkungan artinya dalam pengembangan ekowisata harus tetap memperhitungkan daya dukung lingkungan.
- 8) Peluang penghasilan negara porsinya cukup besar.

2.1.3 Teori Kelembagaan

Mubyarto (2000) mendefinisikan kelembagaan (*institution*) adalah organisasi atau kaidah-kaidah baik formal maupun informal, yang mengatur perilaku dan tindakan anggota masyarakat tertentu baik dalam kegiatan rutin

sehari-hari maupun dalam usahanya mencapai tujuan tertentu. Beberapa ahli lain mengartikan kelembagaan suatu norma kaidah peraturan atau organisasi yang memudahkan organisasi yang memudahkan koordinasi dalam bentuk harapan masing-masing yang mungkin dapat dicapai dengan saling bekerja sama (Rintuh, 2005:3). Menurut Soekanto dalam Sukmana (2005: 23) kelembagaan berfungsi untuk : (1) memberikan pedoman, bagaimana harus bertingkah lakudan bersikap dalam menghadapi masalah dalam hidup; (2) menjaga keutuhan masyarakat, serta (3) memberikan pegangan kepada masyarakat untuk pengendalian sosial, atau menjadi sistem pengawasan tingkah laku.

North (1990) dalam Utami (2011) mengemukakan kelembagaan adalah suatu pola hubungan dan tatanan antara anggota masyarakat atau organisasi yang saling mengikat, diwadahi dalam suatu jaringan atau organisasi, yang dapat menentukan bentuk hubungan antar manusia atau antara organisasi dengan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa norma, kode etik aturan formal dan non-formal untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang diinginkan.

Bobi (2002) dalam Utami (2011) kelembagaan berisi sekelompok orang yang bekerjasama dengan pembagian tugas tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Tujuan peserta kelompok dapat berbeda, tapi dalam organisasi menjadi suatu kesatuan. Kelembagaan lebih ditekankan pada aturan main (*the rules*) dan kegiatan kolektif (*collective action*) untuk mewujudkan kepentingan umum atau bersama.

Phil. A dalam Utami (2011) mengemukakan bentuk resmi suatu lembaga yaitu lembaga garis (*line organization, military organization*); lembaga garis dan staf (*line and staff organization*); lembaga fungsi (*functional organization*). Lembaga garis bertanggung jawab pada satu atasan dan bertanggung jawab penuh pada tugasnya. Lembaga garis dan staf wajib melaporkan laporan kegiatan pada satu atasan, pemberian nasehat dari beberapa atasan kepada satu atasan yang lebih tinggi, dan lembaga fungsi bertanggung jawab kepada lebih dari satu atasan yang sesuai dengan spesialisasi masing-masing.

Berdasarkan beberapa teori diatas dapat diketahui pengertian kelembagaan adalah suatu pola hubungan antara anggota masyarakat yang saling mengikat, diwadahi dalam suatu jaringan atau organisasi, yang dapat menentukan bentuk hubungan antar manusia atau antara organisasi dengan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa norma, kode etik aturan formal dan nonformal untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang diinginkan.

2.1.3.1. **Kelembagaan Pariwisata**

Maturbongs dalam Pakage, Noak (2013) berpendapat strategi pelestarian sedunia menekankan perlunya memadukan pelestarian dan pembangunan wilayah. Integrasi kawasan konservasi kedalam rencana wilayah integrasi kawasan yang dilindungi kedalam rencana pembangunan wilayah memerlukan hubungan menerus antara lain berbagai macam otorita perencanaan dan pengelolaan serta masyarakat setempat. Dengan demikian otoritas pengelola kawasan yang di lindungi harus mengembangkan hubungan kerja sama yang baik dengan instansi yang bersangkutan.

Ada beberapa cara utama dimana kawasan konservasi dapat memberi manfaat yang berharga bagi masyarakat sekitar, yaitu:

- 1) Melindungi Tanah
- 2) Melindungi sumberdaya *flasma nutfah*
- 3) Pengembangan Kepariwisata
- 4) Penyediaan fasilitas pendidikan
- 5) Penyediaan fasilitas Kesehatan
- 6) Pelestarian nilai budaya dan tradisional
- 7) Keseimbangan alam lingkungan.

Pangesti, T dalam Pakage, Noak (2013) menyatakan upaya pengembangan pemanfaatan jasa lingkungan banyak mengalami hambatan kendala utama dalam pengembangan pemanfaatan jasa lingkungan adalah tidak tersedianya rencana pemanfaatan yang komprehensif, peraturan perundang-undangan yang belum kondusif, pemahaman dan kesadaran *stakeholder* terhadap esensi konservasi dan jasa lingkungan yang masih rendah dan kelangkaan data nilai potensi sumberdaya jasa lingkungan. Kendala yang berkaitan dengan kelangkaan data yang cukup reabilitas tentang potensi jasa lingkungan yang dihasilkan oleh sektor kehutanan disebabkan beberapa faktor diantaranya.

Pangesti, T dalam Pakage, Noak (2013) menambahkan pernyataannya bahwa kegiatan pemantapan kelembagaan mencakup aspek struktur organisasi, sumberdaya manusia, peraturan dan koordinasi. Sejak Mei 2001 di Dephut untuk tingkat pusat telah ada kelembagaan pemanfaatan *jasling* setingkat sub direktorat sedangkan di daerah belum terbentuk secara optimal. Untuk merumuskan

permasalahan mendasar dengan tujuan memperoleh implementasi bentuk pengelolaan dan pemanfaatan saling dukungan dari para pihak (*stakeholders*) sangat dibutuhkan, contoh untuk kegiatan CDM (*Clean Development Mechanism*) dari kementerian Negara Lingkungan Hidup. Menjadi forum kemitraan dalam pengembangan koordinasi dengan instansi terkait dan *stakeholders*.

2.1.4 **Modal Sosial**

Modal sosial memiliki cakupan dimensi yang sangat luas dan kompleks. Para ahli memberikan pengertian tentang modal sosial sangat bervariasi, sesuai dengan sudut pandang serta dimensi yang dijadikan sebagai rujukan untuk memaknai modal sosial. Berbeda dengan modal manusia, yang lebih merujuk ke dimensi individu terkait dengan daya serta keahlian yang dimiliki seorang individu. Pada modal sosial lebih menekankan pada potensi individu maupun kelompok dan hubungan antar kelompok dalam suatu jaringan sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok. Bourdieu dalam Yuliarini (2011) mendefinisikan, modal sosial sebagai kumpulan sumberdaya yang dibutuhkan oleh individual atau kelompok sehingga dapat memiliki jaringan hubungan institusional yang lebih tahan lama agar saling mengakui dan menghargai.

Putnam dalam Yuliarini (2011) mengatakan bahwa, modal sosial mengacu kepada ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kinerja agar saling menguntungkan. Dia melihat modal sosial sebagai bentuk barang publik berbeda dengan pengaruhnya terhadap kinerja ekonomi dan politik pada level kolektif. Dia menekankan bahwa

partisipasi orang-orang dalam kehidupan asosiasional menghasilkan institusi publik lebih efektif dan layanan lebih baik.

Modal sosial adalah cara disusunnya masyarakat yang ditandai jaringan-jaringan, norma-norma, dan kepercayaan sosial yang mempermudah koordinasi dan kerjasama demi mencapai suatu tujuan tertentu. Fukuyama (2002: 37) berpendapat bahwa *social capital adalah* kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum didalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu darinya. Ia bisa dilembagakan dalam kelompok sosial yang paling kecil dan paling mendasar, demikian juga kelompok-kelompok masyarakat yang paling besar, negara, dan dalam seluruh kelompok lain yang ada di antaranya.

Modal sosial adalah informasi, kepercayaan, dan norma dari timbal balik yang melekat dalam jaringan sosial (Woolcock, 1998 dalam Yuliarmi, 2011). Modal sosial mengacu kepada ciri-ciri organisasi sosial seperti jaringan, norma dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama saling menguntungkan. Modal sosial juga menambahkan elemen-elemen subyektif, proses budaya seperti kepercayaan dan norma dari timbal balik yang memfasilitasi aksi sosial. Perbedaan ini menunjukkan hubungan timbal balik di antara modal sosial, organisasi sosial masyarakat, dan jaringan sosial. Jaringan sosial dan organisasi sosial masyarakat memberikan sumber daya yang dapat digunakan untuk memfasilitasi aksi. Modal sosial pada gilirannya menghasilkan sumber daya lebih lanjut yang memberikan kontribusi kepada organisasi sosial masyarakat dan sumber daya jaringan sosial (Voydanoff dalam Yuliarmi, 2011). Yustika (2008) menambahkan dalam masyarakat tradisional, hubungan transaksi ekonomi yang

selalu berulang dan menghasilkan pencapaian yang bagus, dalam jangka panjang mempunyai ekspektasi untuk bertahan ketimbang relasi ekonomi yang dipenuhi dengan manipulasi. Modal sosial dalam bentuk ekspektasi dan kepercayaan inilah yang bisa ditransformasikan menjadi keunggulan untuk memperoleh benefit ekonomi. Inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas atau kelompok untuk bekerja sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi yang imbal balik dan saling menguntungkan (*re-siprocity*), dan dibangun diatas kepercayaan (*trust*) yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat (Hasbullah dalam Wibowo 2007).

Putnam (1995) dalam Adler dan Wookwon (2002) mengemukakan modal sosial adalah, “*features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit*” (Fitur organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk saling menguntungkan). Beberapa definisi yang diberikan para ahli tentang modal sosial yang secara garis besar menunjukkan bahwa modal sosial merupakan unsur pelumas yang sangat menentukan bagi terbangunnya kerjasama antar individu atau kelompok atau terbangunnya suatu perilaku kerjasama kolektif.

2.1.5 Tipologi Modal Sosial

Mereka yang memiliki perhatian terhadap modal sosial pada umumnya tertarik untuk mengkaji kerekatan hubungan sosial dimana masyarakat terlibat didalamnya, terutama kaitannya dengan pola-pola interaksi sosial atau hubungan

sosial antar anggota masyarakat atau kelompok dalam suatu kegiatan sosial. Bagaimana keanggotaan dan aktivitas mereka dalam suatu asosiasi sosial merupakan hal yang selalu menarik untuk dikaji.

Dimensi lain yang juga sangat menarik perhatian adalah yang berkaitan dengan tipologi modal sosial, yaitu bagaimana perbedaan pola-pola interaksi berikut konsekuensinya antara modal sosial yang berbentuk *bonding/exclusive* dan *bridging/ inclusive*. Keduanya memiliki implikasi yang berbeda pada hasil-hasil yang dapat dicapai dan pengaruh-pengaruh yang dapat muncul dalam proses kehidupan dan pembangunan masyarakat.

2.1.5.1 Modal Sosial Terikat (*Bonding Social Capital*)

Modal sosial terikat adalah cenderung bersifat eksklusif (Hasbullah, 2006). Apa yang menjadi karakteristik dasar yang melekat pada tipologi ini, sekaligus sebagai ciri khasnya, dalam konteks ide, relasi dan perhatian, adalah lebih berorientasi ke dalam (*inward looking*) dibandingkan dengan berorientasi keluar (*outward looking*). Ragam masyarakat yang menjadi anggota kelompok ini pada umumnya homogenius (cenderung homogen).

Di dalam bahasa lain *bonding social capital* ini dikenal pula sebagai ciri *sacred society*. Menurut Putman (1993), pada masyarakat *sacred society* dogma tertentu mendominasi dan mempertahankan struktur masyarakat yang *totalitarian*, *hierarchical*, dan tertutup. Di dalam pola interaksi sosial sehari-hari selalu dituntun oleh nilai-nilai dan norma-norma yang menguntungkan level hierarki tertentu dan feodal.

Hasbullah (2006) menyatakan, pada masyarakat yang *bonded* atau *inward looking* atau *sacred*, meskipun hubungan sosial yang tercipta memiliki tingkat kohesifitas yang kuat, akan tetapi kurang merefleksikan kemampuan masyarakat tersebut untuk menciptakan dan memiliki modal sosial yang kuat. Kekuatan yang tumbuh sekedar dalam batas kelompok dalam keadaan tertentu, struktur hierarki feodal, kohesifitas yang bersifat *bonding*. Salah satu kekhawatiran banyak pihak selama ini adalah terjadinya penurunan keanggotaan dalam perkumpulan atau asosiasi, menurunnya ikatan kohesifitas kelompok, terbatasnya jaringan-jaringan sosial yang dapat diciptakan, menurunnya saling mempercayai dan hancurnya nilai-nilai dan norma-norma sosial yang tumbuh dan berkembang pada suatu entitas sosial.

Misalnya seluruh anggota kelompok masyarakat berasal dari suku yang sama. Apa yang menjadi perhatian terfokus pada upaya menjaga nilai-nilai yang turun temurun yang telah diakui dan dijalankan sebagai bagian dari tata perilaku (*code conduct*) dan perilaku moral (*code of ethics*). Mereka lebih konservatif dan mengutamakan *solidarity making* dari pada hal-hal yang lebih nyata untuk membangun diri dan kelompok masyarakatnya sesuai dengan tuntutan nilai-nilai dan norma-norma yang lebih terbuka.

Dapat ditarik suatu benang merah bahwa, adalah keliru jika pada masyarakat tradisonal yang *socially inward looking* kelompok-kelompok masyarakat yang terbentuk dikatakan tidak memiliki modal sosial. Modal sosial itu ada, akan tetapi kekuatannya terbatas pada satu dimensi saja, yaitu dimensi kohesifitas kelompok. Kohesifitas kelompok yang terbentuk karena faktor

keeratan hubungan emosional ke dalam yang sangat kuat. Keeratan tersebut juga disebabkan oleh pola nilai yang melekat dalam setiap proses interaksi yang juga berpola tradisional.

Mereka juga miskin dengan prinsip-prinsip kehidupan masyarakat modern yang mengutamakan efisiensi produktivitas dan kompetisi yang dibangun atas prinsip pergaulan yang egaliter dan bebas. Konsekuensi lain dari sifat dan tipologi ketertutupan sosial ini adalah sulitnya mengembangkan ide baru, orientasi baru, dan nilai-nilai serta norma baru yang memperkaya nilai-nilai dan norma yang telah ada. Kelompok *bonding social capital* yang terbentuk pada akhirnya memiliki resistensi kuat terhadap perubahan.

2.1.5.2 Modal Sosial yang Menjembatani (*Bridging Social Capital*)

Hasbullah (2006), bentuk modal sosial yang menjembatani atau *Bridging Social Capital* ini biasa juga disebut bentuk modern dari suatu pengelompokan, group, asosiasi, atau masyarakat. Prinsip-prinsip pengorganisasian yang dianut didasarkan pada prinsip-prinsip universal tentang: (a) persamaan, (b) kebebasan, serta (c) nilai-nilai kemajemukan dan humanitarian (kemanusiaan, terbuka, dan mandiri).

Prinsip persamaan, bahwasanya setiap anggota dalam suatu kelompok masyarakat memiliki hak-hak dan kewajiban yang sama. Setiap keputusan kelompok berdasarkan kesepakatan yang egaliter dari setiap anggota kelompok. Pimpinan kelompok masyarakat hanya menjalankan kesepakatan-kesepakatan yang telah ditentukan oleh para anggota kelompok.

Prinsip kebebasan, bahwasanya setiap anggota kelompok bebas berbicara, mengemukakan pendapat dan ide yang dapat mengembangkan kelompok tersebut. Iklim kebebasan yang tercipta memungkinkan ide-ide kreatif muncul dari dalam (kelompok), yaitu dari beragam pikiran anggotanya yang kelak akan memperkaya ide-ide kolektif yang tumbuh dalam kelompok tersebut.

Prinsip kemajemukan dan humanitarian, bahwasanya nilai-nilai kemanusiaan, penghormatan terhadap hak asasi setiap anggota dan orang lain yang merupakan prinsip dasar dalam pengembangan asosiasi, group, kelompok, atau suatu masyarakat. Kehendak kuat untuk membantu orang lain, merasakan penderitaan orang lain, berimpati terhadap situasi yang dihadapi orang lain, adalah merupakan dasar-dasar ide humanitarian.

Sebagai konsekuensinya, masyarakat yang menyandarkan pada *bridging social capital* biasanya heterogen dari berbagai ragam unsur latar belakang budaya dan suku. Setiap anggota kelompok memiliki akses yang sama untuk membuat jaringan atau koneksi keluar kelompoknya dengan prinsip persamaan, kemanusiaan, dan kebebasan yang dimiliki. *Bridging social capital* akan membuka jalan untuk lebih cepat berkembang dengan kemampuan menciptakan *networking* yang kuat, menggerakkan identitas yang lebih luas dan *reciprocity* yang lebih variatif, serta akumulasi ide yang lebih memungkinkan untuk berkembang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan yang lebih diterima secara universal.

Mengikuti Coleman (1999), tipologi masyarakat *bridging social capital* dalam gerakannya lebih memberikan tekanan pada dimensi *fight for* (berjuang

untuk). Yaitu yang mengarah kepada pencarian jawaban bersama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh kelompok (pada situasi tertentu, termasuk problem di dalam kelompok atau problem yang terjadi di luar kelompok tersebut). Pada keadaan tertentu jiwa gerakan lebih diwarnai oleh semangat *fight againts* yang bersifat memberi perlawanan terhadap ancaman berupa kemungkinan runtuhnya simbol-simbol dan kepercayaan-kepercayaan tradisional yang dianut oleh kelompok masyarakat. Pada kelompok masyarakat yang demikian ini, perilaku kelompok yang dominan adalah sekedar *sense of solidarity* (*solidarity making*).

Pada dimensi kemajemukan terbangun suatu kesadaran yang kuat bahwa hidup yang berwarna warni, dengan beragam suku, warna kulit dan cara hidup merupakan bagian dari kekayaan manusia. Pada spektrum ini kebencian terhadap suku, ras, budaya, dan cara berpikir yang berbeda berada pada titik yang minimal. Kelompok ini memiliki sikap dan pandangan yang terbuka dan senantiasa mengikuti perkembangan dunia di luar kelompok masyarakatnya (*outward looking*).

Bentuk modal sosial yang menjembatani (*bridging capital social*) umumnya mampu memberikan kontribusi besar bagi perkembangan kemajuan dan kekuatan masyarakat. Hasil-hasil kajian di banyak negara menunjukkan bahwa dengan tumbuhnya bentuk modal sosial yang menjembatani ini memungkinkan perkembangan di banyak dimensi kehidupan, terkontrolnya korupsi, semakin efisiennya pekerjaan-pekerjaan pemerintah, mempercepat

keberhasilan upaya penanggulangan kemiskinan, kualitas hidup manusia akan meningkatkan dan bangsa menjadi jauh lebih kuat.

Persoalannya menurut Hasbullah (2006), fakta yang ada di negara-negara berkembang menunjukkan kecenderungan bahwa dampak positif modal sosial dari mekanisme *outward looking* tidak berjalan seperti yang diidealkan. Walaupun asosiasi yang dibangun oleh masyarakat dengan keagogaannya yang heterogen dan dibentuk dengan fokus dan jiwa untuk mengatasi problem sosial ekonomi masyarakat (*problem solving oriented*), akan tetapi tidak mampu bekerja secara optimal.

2.1.6 Indikator Modal Sosial

Modal sosial mirip bentuk-bentuk modal lainnya, dalam arti ia juga bersifat produktif. Modal sosial dapat dijelaskan sebagai produk relasi manusia satu sama lain, khususnya relasi yang intim dan konsisten. Modal sosial menunjuk pada jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Dalam modal sosial selalu tidak terlepas dari tiga elemen pokok atau indikator yang mencakup:

- a. Kepercayaan/*Trust* (kejujuran, kewajaran, sikap egaliter, toleransi, dan kemurahan hati);
- b. Jaringan Sosial/*Social Networks* (partisipasi, resiprositas, solidaritas, kerjasama);
- c. Norma/*Norms* (nilai-nilai bersama, norma dan sanksi, aturan)

2.1.6.1. Norma (Norms)

Norma atau kaidah adalah ketentuan-ketentuan yang menjadi pedoman dan panduan dalam bertingkah laku di kehidupan masyarakat. Norma berisi

anjaran untuk berbuat baik dan larangan untuk berbuat buruk dalam bertindak sehingga kehidupan ini menjadi lebih baik. Norma adalah kaidah, ketentuan, aturan, criteria, atau syarat yang mengandung nilai tertentu yang harus dipatuhi oleh warga masyarakat di dalam berbuat, dan bertingkah laku sehingga terbentuk masyarakat yang tertib, teratur dan aman.

Inayah (2012) berpendapat norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya ter-institusionalisasi, tidak tertulis tapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang diberikan jika melanggar. Norma sosial akan menentukan kuatnya hubungan antar individu karena merangsang kohesifitas sosial yang berdampak positif bagi perkembangan masyarakat. Oleh karenanya norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial.

Putnam dalam Lawang (2005: 70) menjelaskan bahwa norma adalah sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi oleh anggota masyarakat pada suatu etnis tertentu. Biasanya norma sosial akan dapat secara signifikan berperan dalam mengontrol setiap perilaku dalam masyarakat. Norma yang tercipta diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh individu pada suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan tersebut biasanya tidak tertulis, namun demikian dipahami oleh setiap individu dalam konteks hubungan sosial-ekonomi.

Norma sosial tidak bisa dipisahkan dari jaringan kerja sosial, karena dengan terbentuknya jaringan kerja sosial maka terbangunlah norma sosial. Ada tiga (3) hal penting yang menyangkut norma sosial. (Lawang, 2005: 70) Pertama,

norma itu muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan. Kedua, norma bersifat resiprokal, dimana isi norma menyangkut hak dan kewajiban para pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu. Ketiga, jaringan yang terbina lama dan menjamin keuntungan para pihak secara merata, akan memunculkan norma keadilan.

2.1.6.2. Kepercayaan (*Trust*)

Fukuyama (2002) berpendapat, unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) yang merupakan perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Dengan kepercayaan (*trust*) orang-orang akan bisa bekerja sama secara lebih efektif. Modal sosial di negara-negara yang kehidupan sosial dan ekonominya sudah modern dan kompleks. Elemen modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) karena menurutnya sangat erat kaitannya antara modal sosial dengan kepercayaan. Fukuyama (2002: 36) menambahkan kepercayaan (*trust*) adalah pengharapan yang muncul dalam sebuah komunitas yang berperilaku normal, jujur dan kooperatif berdasarkan norma-norma yang dimiliki bersama, demi kepentingan anggota yang lain dari komunitas itu. Ada tiga jenis perilaku dalam komunitas yang mendukung kepercayaan ini, yaitu perilaku normal, jujur dan kooperatif.

Sukses ekonomi masyarakat negara yang menjadi sampelnya tersebut disebabkan oleh etika kerja yang mendorong perilaku ekonomi kooperatif. Kita tidak bisa lagi memisahkan antara kehidupan ekonomi dengan kehidupan budaya. Sekarang ini faktor modal sosial sudah sama pentingnya dengan modal fisik, hanya masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan sosial yang tinggi yang akan mampu menciptakan organisasi-organisasi bisnis fleksibel berskala besar

yang mampu bersaing dalam ekonomi global. Solidaritas adalah salah satu faktor perekat dalam gerakan modal sosial. Karena rasa solidaritas masyarakat bisa menyatukan persepsinya tentang hal yang ingin mereka perjuangkan. Fukuyama (2002: 38) berpendapat bahwa jenis solidaritas yang umum didapati dalam modal sosial dewasa ini adalah solidaritas organis, karena karakteristik masyarakat sekarang ini cenderung sudah kompleks.

2.1.6.3. Jaringan Sosial (*Social Networks*)

Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi kapital sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Intinya, konsep jaringan dalam kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif (Lawang, 2005). Selanjutnya, jaringan itu sendiri dapat terbentuk dari hubungan antar personal, antar individu dengan institusi, serta jaringan antar institusi. Sementara jaringan sosial (*networks*) merupakan dimensi yang bisa saja memerlukan dukungan dua dimensi lainnya karena kerjasama atau jaringan sosial tidak akan terwujud tanpa dilandasi norma dan rasa saling percaya.

Granovetter dalam Mudiarta (2009) menjelaskan gagasan mengenai pengaruh struktur sosial terutama yang dibentuk berdasarkan jaringan terhadap manfaat ekonomis khususnya menyangkut kualitas informasi. Menurutnya terdapat empat prinsip utama yang melandasi pemikiran mengenai adanya hubungan pengaruh antara jaringan sosial dengan manfaat ekonomi, yakni: Pertama, norma dan kepadatan jaringan (*network density*). Kedua, lemah atau kuatnya ikatan (*ties*) yakni manfaat ekonomi yang ternyata cenderung didapat dari jalinan ikatan yang lemah. Dalam konteks ini ia menjelaskan bahwa pada tataran empiris, informasi baru misalnya, akan cenderung didapat dari kenalan baru dibandingkan dengan teman dekat yang umumnya memiliki wawasan yang hampir sama dengan individu, dan kenalan baru relatif membuka cakrawala dunia luar individu. Ketiga, peran lubang struktur (*structural holes*) yang berada di luar ikatan lemah ataupun ikatan kuat yang ternyata berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar. Keempat, interpretasi terhadap tindakan ekonomi dan non ekonomi, yaitu adanya kegiatan-kegiatan non ekonomis yang dilakukan dalam kehidupan sosial individu yang ternyata mempengaruhi tindakan ekonominya. Dalam hal ini Granovetter menyebutnya ketertambatan tindakan non ekonomi dalam kegiatan ekonomi sebagai akibat adanya jaringan sosial.

2.1.7 Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*)

Dengnoy dalam Nugroho dan Aliyah (2013) menyatakan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) dikembangkan berdasarkan prinsip keseimbangan dan keselarasan antara kepentingan berbagai *stakeholders* pembangunan pariwisata termasuk pemerintah, swasta dan

masyarakat. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat bertujuan untuk: 1) memberdayakan masyarakat; 2) meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata agar dapat memperoleh keuntungan ekonomi, sosial budaya dari pembangunan pariwisata; 3) memberikan kesempatan yang seimbang kepada semua anggota masyarakat. Oleh karena itu pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menuntut koordinasi dan kerja sama serta peran yang berimbang antara berbagai unsur *stakeholders* termasuk pemerintah, swasta dan masyarakat. Oleh karena itu salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat adalah pendekatan partisipatif. Pendekatan ini digunakan untuk mendorong terbentuknya kemitraan diantara para pihak (*stakeholders*) terkait tersebut. Dalam hal tersebut masyarakat setempat harus disadarkan atas potensi yang dimiliki sehingga mereka mempunyai rasa ikut memiliki (*sense of belonging*) terhadap beraneka sumber daya alam dan budaya sebagai aset pembangunan pariwisata.

2.2. Penelitian Terdahulu

Nugroho dan Aliyah (2013) penelitiannya beranggapan Pariwisata Inti Rakyat menggaris bawahi bahwa pengelolaan kawasan wisata menuntut adanya partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor. Sedangkan Perspektif Eko yang memiliki makna Perspektif Ekonomi dan Perspektif Ekologi. Pemahaman tentang perspektif ekonomi bahwa dalam pengelolaan kawasan wisata faktor ekonomi memegang peran penting mengingat tanpa adanya keuntungan atau manfaat ekonomi sama sekali, para pelaku usaha pariwisata termasuk masyarakat di daerah tujuan wisata tidak akan termotivasi untuk berperan serta dalam mewujudkan

keberhasilan pembangunan pariwisata. Sedangkan Perspektif Ekologi memiliki arti bahwa dalam banyak hal pariwisata mengandalkan modal utamanya pada lingkungan, baik lingkungan alam maupun lingkungan budaya. Oleh karena itu unsur-unsur ekologi yang menjadi modal utama pariwisata harus dipelihara dan dijaga kelestariannya agar dapat berfungsi secara berkelanjutan.

Pongponrat dan Chantradoan (2012) dalam penelitiannya menyimpulkan :
“The study found that social capital components led to ‘induced participation’ of local people who had a strong sense of belonging to their hometown, and with mutual respect for each other, thus enabling them to work for their local tourism development. Social capital appeared significantly as the main mechanism that push and pull people to participate in their local tourism development. Both quantitative and qualitative analysis confirmed that factors associated with community participation included knowledge and leadership of trusted local people, norms and social network among community. The case study showed potentials for a successful participatory tourism development, with strengths in the existence of local capacity to implement participatory approach with a vital role of social capital. The Na Thon case study has shown that the successful design and implementation of tourism activities depends very much on the capacities and capacity-building potentials of the local committee and their skills at leadership, organization and management of activities. Thus, co-management approach could enhance a sense of ownership and commitment of the people in the execution of various tourism development activities in the long term.”

Penelitian menemukan bahwa komponen modal sosial menyebabkan partisipasi induksi dari masyarakat setempat yang memiliki rasa yang kuat milik kampung halaman mereka, dan dengan saling menghormati satu sama lain, sehingga memungkinkan mereka untuk bekerja untuk mereka pengembangan pariwisata lokal. Modal sosial muncul secara signifikan sebagai mekanisme utama yang mendorong dan menarik orang untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata. Kedua analisis kuantitatif dan kualitatif menegaskan bahwa faktor yang terkait dengan partisipasi masyarakat termasuk pengetahuan dan

kepemimpinan dipercaya masyarakat lokal, norma dan sosial jaringan antara komunitas. Studi kasus menunjukkan potensi untuk sukses partisipatif pengembangan pariwisata, dengan kekuatan pada keberadaan kapasitas lokal untuk menerapkan pendekatan partisipatif dengan peran penting dari modal sosial. Studi kasus Na Thon telah menunjukkan bahwa desain yang sukses dan pelaksanaan kegiatan pariwisata sangat tergantung pada kapasitas dan kapasitas potensi panitia lokal dan keterampilan mereka di kepemimpinan, organisasi dan manajemen kegiatan. Dengan demikian, pendekatan *co-manajemen* bisa meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen rakyat dalam pelaksanaan berbagai pariwisata kegiatan pembangunan dalam jangka panjang.

Pamungkas, Gilang (2010), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa secara umum kapasitas *stakeholders* dalam mengidentifikasi organisasi dan kelompok dengan sumber daya untuk menjalankan program secara keseluruhan sudah dimiliki. Komponen yang telah dimiliki diantaranya adalah potensi pemimpin didalam komunitas, identifikasi tujuan pembentukan jejaring, maupun mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan beserta asalnya. Kapasitas untuk menyampaikan program sebagian besar juga telah dimiliki. Komponen yang telah dimiliki diantaranya adalah peran kepemimpinan dalam aktifitas komunitas pengelolaan ekowisata, identifikasi manfaat yang didapat organisasi/kelompok sendiri, identifikasi manfaat yang didapat organisasi/kelompok lainnya, serta terdapat bukti nyata sumber daya yang berhasil dialokasikan. Komponen yang masih memiliki kelemahan yaitu belum adanya prosedur formal untuk menjalankan program-program pengelolaan. Kapasitas jejaring yang

berkelanjutan yang mapan untuk mengelola dan menjadi sumber daya program baru sebagian yang dimiliki. Komponen yang telah dimiliki ialah terdapat pemimpin komunitas yang memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam usaha membangun kapasitas pengelolaan ekowisata, pengelolaan program menggunakan sumber daya sendiri. Kelemahan yang masih terdapat ialah belum terdapatnya rasa kepemilikan dari jejaring terhadap program-program pengelolaan ekowisata.

Rahman dan Prakoso (2012) penelitiannya menjelaskan pengembangan kawasan wisata Telaga Ngebel membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit, untuk itu pemda juga harus berani mengeluarkan biaya yang besar untuk melakukan investasi pengembangan obyek wisata. Meskipun dari sisi *profit/keuntungan* secara langsung (retribusi masuk) hanya sedikit, namun *multiplier effect* terhadap peningkatan ekonomi masyarakat akan sangat besar. Harus ada *sharing* pendapatan antara pemda dengan pemerintah desa/kecamatan dan Perhutani untuk pengelolaan obyek wisata, karena masing-masing mempunyai kewenangan di sana. Koordinasi dan kerjasama antar stakeholder harus lebih baik, jangan sampai terjadi tarik menarik kewenangan.

Wibowo (2007) menyatakan secara historis negara sebenarnya tidak memiliki tradisi bagi penciptaan modal sosial. Namun modal sosial tersebut bersumber dari agama, tradisi dan pengalaman bersama yang selalu terulang di tengah masyarakat dan ini di luar kemampuan dan kontrol dari pemerintah. Selain itu juga kelembagaan lokal memiliki kontribusi dalam membentuk nilai-nilai modal sosial di masyarakat. Modal sosial diartikan sebagai aspek-aspek dari hubungan antara individu yang memungkinkan mereka menciptakan nilai-nilai

baru. Modal sosial sebagai suatu nilai mutual trust (kepercayaan) antara anggota masyarakat dan masyarakat terhadap pemimpinnya. Inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas atau kelompok untuk bekerja sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama tersebut diwarnai oleh suatu pola terrelasi yang imbal balik dan saling menguntungkan (*reciprocity*), dan dibangun diatas kepercayaan (*trust*) yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat.

Kuhaja (2014) hasil penelitian menunjukkan dari 15 *stakeholders* hasil identifikasi sudah melakukan upaya pengelolaan, namun masih dilakukan sendiri-sendiri sesuai tingkat kepentingan dan pengaruh *stakeholders*. Berdasarkan penelitian juga tidak ditemukan kelembagaan formal dalam pengembangan pariwisata pesisir Pantai Wonokerto. Sehingga agar pengembangan kelembagaan pengelola dapat berkelanjutan diperlukan koordinasi antar *stakeholders* untuk mencapai tujuan bersama.

Nandi (2008) dalam penelitiannya berkesimpulan pemanfaatan, pengembangan, pengelolaan dan pembiayaan kawasan wisata harus mendapat perhatian yang serius dari pemerintah dengan melibatkan peran lembaga-lembaga pemerintah, *stakeholder* yang terkait serta partisipasi seluruh lapisan masyarakat dalam berbagai kebijakan dan program yang akan diambil. Dalam makalah tersebut pembahasan mengenai kawasan wisata lebih difokuskan pada penguraian konsep dan praktek *good governance*, proses dan prosedur kelembagaan, pembiayaan pembangunan untuk pengembangan sektor pariwisata yang dikaitkan

dengan pendidikan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya manusia (SDM) di bidang kepariwisataan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1.	Mochamad, Widjanarko dan Wismar'ain, Dian (2011)	Identifikasi Sosial Potensi Ekowisata Berbasis Peran Masyarakat Lokal	Telaah literatur dengan pendekatan fenomenologi, pengumpulan data wawancara, tehnik pengamatan terlibat, diskusi kelompok terarah, analisis diskriptif kualitatif	Masyarakat Desa Colo sudah memiliki kegiatan yang mengarah ke pengelolaan ekowisata dan sumber daya manusia yang mampu mengerjakan, hanya belum merancang untuk “menjual” aktivitas tersebut ke masyarakat umum. Selain itu belum adanya tata aturan pengelolaan kawasan alam Muria ke depan dengan melibatkan masyarakat dan pemerintah desa terkait.
2.	Rachmawati, Eva, Muntasib, Harini dan Sunkar, Arzyana (2011)	Interaksi Sosial Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Alam di Kawasan Gunung Salak Endah	Telaah Literatur, tehnik pengumpulan data dengan wawancara, <i>snow ball</i> , analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan sosiometri	Interaksi yang terjadi antarkelompok lebih pada kepentingan ekonomi jangka pendek dari kegiatan wisata alam daripada pengembangan jangka panjangnya. Hal ini menyebabkan kurangnya hubungan kerja sama antar- stakeholder dan tidak terbangunnya jaringan sosial untuk mendukung keberhasilan pengembangan wisata alam.
3.	Pamungkas, Gilang (2010)	Ekowisata Belum Milik Bersama: Kapasitas Stakeholder Dalam Pengelolaan Ekowisata (Studi Kasus : Taman	Telaah literatur, wawancara, <i>snow ball</i> , analisis deskriptif kualitatif, analisis isi, dan analisis ilustratif	Kapasitas untuk menyampaikan program sebagian besar juga telah dimiliki. Komponen yang telah dimiliki diantaranya adalah peran kepemimpinan dalam aktifitas komunitas pengelolaan ekowisata, identifikasi manfaat yang didapat organisasi/kelompok sendiri, identifikasi manfaat yang didapat organisasi/kelompok lainnya, serta terdapat bukti nyata sumber daya yang berhasil dialokasikan. Komponen yang masih

		Nasional Gunung Gede Pangrangno)		memiliki kelemahan yaitu belum adanya prosedur formal untuk menjalankan program-program pengelolaan.
4.	Rahmayulis, Reny (2008)	Modal Sosial Dalam Pengembangan Ekowisata Pada Masyarakat Adat di Taman Nasional Betung Kerihun (TNBK), Kalimantan Barat	Telaah Literatur, observasi partisipasi, wawancara mendalam, analisis data deskriptif kualitatif.	Modal sosial dalam pengembangan ekowisata pada masyarakat adat taman antara lain : adanya kepercayaan (<i>turst</i>) masyarakat adat terhadap pemimpin adatnya, kepercayaan terhadap sesama anggota di komunitas serta terhadap norma adat yang di jadikan sebagai landasan dalam kehidupan sosial. Norma adat dan kelembagaan adat mendorong terciptanya kondisi yang aman di wilayah adat serta adanya hubungan ikatan sosial pada masyarakat adat yang bersifat terbuka terhadap pendatang.
5.	Trejos, Bernardo and Chiang, Lan-Hung Nora (2009)	Local Economic Linkages to Community Based Tourism in Rural Costa Rica	The paper mainly draws on evidence from face-to-face, semi-structured interviews with representatives of CBT support organizations, grassroots organizations, and Chira villagers with linkages to CBT	The findings indicate that CBT(Community Based Touris) does not involve the collective property of the community, but rather, the collective property of a group of community members organized in a formal association. As a result, a discourse on local economic linkages has been promoted by CBT support organizations in which hopes of wider benefits are placed on small linkages to services and products provided by local community members. However, a field survey suggested that the economic linkages generated by CBT in the community were sporadic and polyvalent and, furthermore, that the linkages withagriculture are negatively affected by scale and seasonality, resulting in leakages out of the community. These findings caution practitioners that CBT may only have small-scale positiveimpacts on the local economy.
6.	Juska, Claudette And Koenig, Cynthia (2006)	Strategi Planning for Sustainable Community-Based Ecotourism in Uaxatun, Guatemala	Reviewed the literature and our information comes from participant observation, survey data, formal interviews and	Our research reveals that ecotourism initiatives rarely succeed in achieving the dual goals of biodiversity conservation and poverty alleviation. In addition, the rapid development of ecotourism in Uaxactún would likely intensify existing pressures on the landscape and local institutions that are unprepared to deal with these challenges. Our research seeks to inform Uaxactúnecos, and the individuals and NGOs who work in partnership with

			informal conversations	them, of the risks posed by ecotourism development
7.	Okazaki, Etsuko (2008)	A Community-Based Tourism Model: Its Conception And Use	Qualitative and quantitative interviews, Open-ended interviews, Key informants, Closed-ended questionnaires, Quota-sampling method, Quasi-random sampling method	This paper reviews the principal theories used to discuss community participation, including the 'ladder of citizen participation', power redistribution, collaboration processes and social capital creation. These theories form the basis for defining a community-based tourism (CBT) model. The paper shows how this model can be used to assess participation levels in a study site, and suggests further actions required. The model is applied in a case study in Palawan, the Philippines, where an indigenous community previously initiated a community-based ecotourism project. The project resulted in a number of problems, including conflicts with non-indigenous stakeholders. The model identifies the current situation of the project and provides suggestions for improvement.
8.	Macbeth, Jim., Carson, Dean., and Northcote, Jeremy (2004)	Social Capital, Tourism and Regional Development: SPCC as a Basis for Innovation and Sustainability	Qualitative, Reviewed the literature	Traditional views of regional development have focused on economic factors and potential innovation in technical and resource exploitation processes. Similarly, regional tourism development is usually couched in economic terms, such as number of jobs and increasing land values. This approach usually ignores the social and community aspects of tourism development; thus an alternative view argues that the community needs to be factored into our planning and development strategies to balance the traditional economic view. It is argued in this paper that fostering innovation in regional development is much more than a process of community consultation. Rather, what needs to be factored in is SPCC – social, political and cultural capital. This works in both directions; tourism development depends on a level of social, political and cultural capital in order to be a successful regional development tool (even in economic terms) while at the same time tourism development can be undertaken in a way that contributes to SPCC in the region. The paper outlines the key concepts of social capital, political capital and cultural

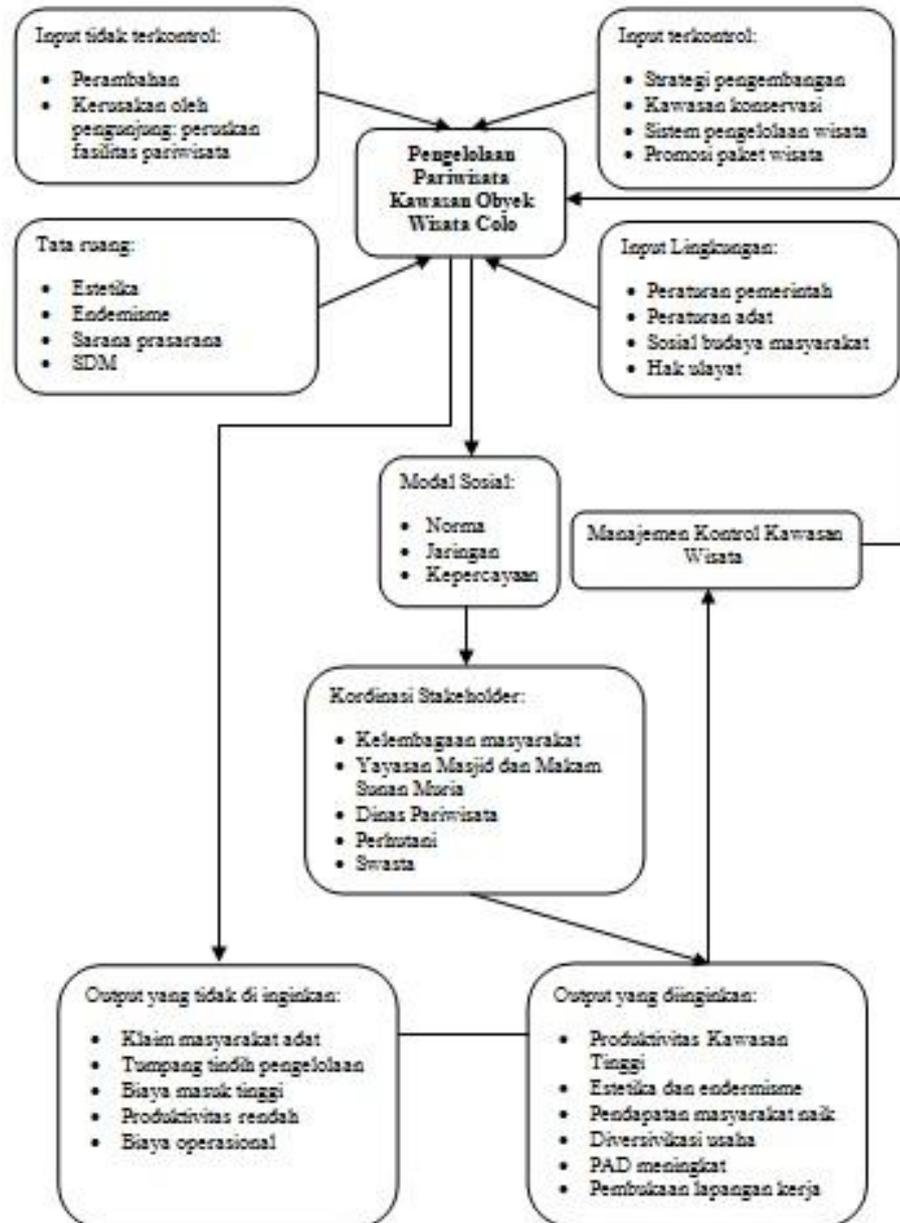
				capital. It does so within the context of regional tourism development and the concepts of systems of innovation and sustainable development.
--	--	--	--	---

2.3. Kerangka Pemikiran

Dalam menunjang proses penelitian agar tetap terarah pada fokus penelitian maka disusun suatu kerangka dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kebijakan yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan peran modal sosial masyarakat dalam pengembangan ekowisata di Kawasan Obyek Wisata Colo Kabupaten Kudus dalam rangka memberikan rekomendasi untuk pengambilan kebijakan pengembangannya.

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengumpulkan sumber data sekunder seperti pendapatan dan jumlah pengunjung Kawasan Obyek Wisata Colo di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus, kemudian dilakukan survey lapangan untuk mengetahui gambaran umum interaksi sosial di Kawasan Obyek Wisata Colo. Survey lapangan dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan analisis data kualitatif Miles dan Huberman, sehingga dapat diperoleh permasalahan-permasalahan apa saja yang dihadapi oleh *stakeholders* di kawasan wisata tersebut. Terakhir, dapat dirumuskan beberapa rekomendasi kebijakan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan metodologi penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Alamiah disini mempunyai arti bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam lingkungan yang alami tanpa adanya intervensi atau perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Sangat tidak dibenarkan untuk memanipulasi atau mengubah latar penelitian (Moleong, 2005).

Penelitian modal sosial sangat dekat dengan penelitian kualitatif, walau bukan berarti penelitian modal sosial hanya bisa menggunakan pendekatan kualitatif. Berikut akan disampaikan beberapa aspek pokok penelitian kualitatif, yang dapat digunakan dalam penelitian modal sosial, baik dalam posisi subordinat atau dominan.

Denzim dan Lincoln (1994) menjelaskan kata “kualitatif” menunjuk kepada penekanan kepada proses dan makna yang tidak diperoleh dengan menguji atau mengukur secara jumlah (*quantity*), intensitas, ataupun frekwensi. Penelitian kualitatif menuntut hubungan dua arah sebagai hubungan subyek-subyek (*intersubyektifitas*), dan data-data bersifat gayut nilai. Jadi, penelitian kualitatif

tidak semata-mata mengutamakan hubungan kausal antar variabel, namun lebih berfokus kepada proses. Dengan semangat induktif, maka kebenaran ilmiah adalah hasil kesepakatan antara peneliti dan pihak yang diteliti.

Denzin dan Lincoln (1994) menganggap metodologi kualitatif mampu menggali pemahaman yang mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dalam rangka memahami kondisi interaksi sosial dari sisi modal sosial dalam kelembagaan lokal yang terjadi di masyarakat di kawasan Obyek Wisata Colo secara mendalam dengan latar alamiah tanpa adanya intervensi atau manipulasi baik dari penulis sendiri maupun dari pihak lain. Peneliti berusaha memahami interaksi sosial yang terjadi di antara *stakeholders* yaitu masyarakat, kelompok masyarakat, dan pihak-pihak yang berperan penting seperti Dinas terkait ataupun tokoh masyarakat yang akan menggambarkan ada tidaknya modal sosial yang terjadi di kawasan Obyek Wisata tersebut dalam membangun Pariwisata.

3.1.1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan perspektif penulisan riset yang digunakan peneliti yang berisi bagaimana peneliti melihat realita (*world views*), bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara digunakan dalam penelitian yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan. Sarantakos dalam Chariri (2009) berpendapat ada tiga paradigma utama dalam ilmu sosial, yaitu *positivistik*, *interpretif*, dan *critical*. Pemilihan paradigma memiliki implikasi terhadap pemilihan metodologi dan metode pengumpulan dan analisis data.

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma interpretif. Pendekatan *interpretif* menitikberatkan pada peranan bahasa, interpretasi dan pemahaman di dalam ilmu sosial. Pendekatan ini memfokuskan pada sifat subjektif dari *social world* dan berusaha memahaminya dari kerangka berpikir objek yang sedang dipelajarinya. Jadi fokusnya pada arti individu dan persepsi manusia realitas independen yang berada di luar mereka. Manusia secara terus menerus menciptakan realitas sosial mereka dalam rangka berinteraksi dengan yang lain. Tujuan pendekatan interpretif tidak lain adalah menganalisis realita sosial semacam ini dan bagaimana realitas sosial itu terbentuk (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Chariri, 2009).

Pendekatan interpretif dirasa sesuai dalam penelitian ini, karena penelitian ini dilakukan untuk memahami dan menjelaskan realitas yang ada berdasarkan tindakan manusia, yaitu berupa bentuk modal sosial yang ada di masyarakat dalam mengembangkan pariwisata dan interaksi antar *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata. Alasan lain adalah karena dalam penelitian ini, data atau informasi diperoleh secara langsung dari para pelaku yang terlibat langsung dalam realitas yang ada. Selanjutnya diikuti dengan mengidentifikasi paradigma penelitian yaitu paradikma interpretif yang memberikan pedoman terhadap pemilihan pendekatan yang tepat yaitu pendekatan fenomenologi.

3.1.2. **Fenomenologi**

Penelitian ini menggunakan model pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi (Moleong, 1993). Fenomenologi berusaha memahami arti peristiwa

dan kaitanya terhadap orang-orang dalam situasi tertentu. Menurut Husserl, dalam setiap hal manusia memiliki pemahaman dan penghayatan terhadap setiap fenomena yang dilaluinya dan pemahaman dan penghayatan tersebut sangat berpengaruh terhadap perilakunya (Herdiansyah, 2010: 66). Jadi dapat dikatakan fenomenologi berusaha memahami arti dari suatu peristiwa yang terjadi karena adanya interaksi dari pihak-pihak yang terlibat, dimana pihak-pihak yang terlibat tersebut memiliki pemahaman dan interpretasi masing masing (*intersubjektif*) terhadap setiap peristiwa yang akan menentukan tindakannya.

Penulis menggunakan model fenomenologi dalam pendekatan kualitatif dimana model ini berusaha memahami arti dari suatu peristiwa yang terjadi karena adanya interaksi dari pihak-pihak yang terlibat, dimana pihak-pihak yang terlibat tersebut memiliki pemahaman atau interpretasi masing-masing terhadap setiap peristiwa yang akan menentukan tindakannya. Creswell (1998) menambahkan bahwa dalam disiplin ilmu-ilmu sosial, model fenomenologi lebih sesuai dengan pendekatan psikologi yang memfokuskan pada arti pengalaman individual dari subjek yang diteliti. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk memahami secara lebih baik dan mendalam tentang kondisi serta permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan pihak-pihak yang berperan penting dalam pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Colo.

Lester dalam Anggraini (2014) mengatakan bahwa fenomenologi pada intinya adalah mengidentifikasi fenomena melalui apa yang dirasakan oleh seseorang dalam sebuah situasi dan didasarkan pada paradigma pengetahuan seseorang serta subyektivitas. Fenomenologi berasumsikan bahwa peneliti tidak

mengetahui sesuatu yang sedang diteliti oleh mereka. Peneliti berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subyek yang ditelitinya sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian itu, lalu pengertian itu dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. Peneliti akan mengkaji secara mendalam isu sentral dari struktur utama suatu objek kajian.

3.2. Pengumpulan Data

Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan suatu metode tertentu (Herdiansyah, 2010:16). Dalam suatu penelitian, data memiliki peran penting. Karena dengan adanya data maka pertanyaan penelitian dapat dijawab. Oleh karena itu, cara atau tehnik pengumpulan data harus dipilih yang sesuai dengan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan dokumentasi.

3.2.1. Wawancara

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama (Bungin, 2009). *Interview* atau wawancara bertujuan untuk mencatat opini, perasaan, emosi dan hal lain berkaitan dengan individu yang ada dalam organisasi. Dengan melakukan *interview*, penelitian dapat memperoleh data yang

lebih banyak, sehingga peneliti dapat memahami budaya melalui bahasa dan ekspresi pihak yang di interview, dan dapat melakukan klarifikasi atas hal-hal yang tidak diketahui (Chariri, 2009).

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara tidak terstruktur. Dimana pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka, tujuannya untuk memahami suatu fenomena, sangat fleksibel, dan peneliti menyusun daftar pertanyaan sebagai pedoman namun bersifat longgar. Bersifat longgar yang dimaksud adalah dalam melakukan wawancara peneliti tidak mengajukan sesuai urutan dari daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan, dan pada saat di lapangan pertanyaan sewaktu-waktu dapat berubah sesuai keadaan. Wawancara dilakukan secara individu, dalam waktu lima belas menit sampai dua jam. Semua hasil dari wawancara dicatat secara manual.

3.2.2. Informan Penelitian

Sugiyono dalam Prastowo (2012: 195) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi (bukan untuk generalisasi), tetapi ditransfer ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang diselidiki. Sampel dalam penelitian ini juga bukan dinamakan responden, namun sebagai narasumber, partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Narasumber atau informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No	Nama	Pekerjaan
1.	Jamian	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
2.	Sutopo	UPT Obyek Wisata Colo
3.	Joni Awang S	Kepala Desa Colo
4.	M. Shokib Garno Sunarno	Ketua Pokdarwis (ketua umum ormas di desa Colo)
5.	Zainuri	Ketua Ojek Kelompok 6
6.	Abdul Rohman	Ketua Ojek Kelompok 1
7.	Ali Syahroni	Anggota Ojek Kelompok 8
8.	Nur Khudlri	Sekretaris Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria dan Ketua Paguyuban Dagang Sinom
9.	Bambang	Kordinator Paguyuban Dagang Sinom
10.	Sugiyanto	Ketua Paguyuban Dagang P3KW (Persatuan Paguyuban Dagang Kios dan Warung)
11.	Parmanto	Ketua Paguyuban Dagang Kinanti
12.	Sapta	Perhutani (Manajer KBM JLPL Jateng Wilayah II)
13.	Agus Moreno	Investor/pengembang (Manajer Wana Wisata CV Matra Indonesia Creft)
14.	Noor Rohman	Karyawan Wana Wisata Obyek Wisata Colo
15.	Jasri	Ketua PAM (Pedagang Asongan Montel)
16.	Mochamad Widjanarko	Direktur MRC (Muria Research Center) Indonesia dan Dosen Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus

Sumber : Data Primer 2014, diolah.

Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mempunyai peran dan kewenangan dalam pengembangan pariwisata. informan ditentukan dengan metode *snowball sampling*, dimana informan pertama adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus, dan informan selanjutnya diperoleh melalui informan-informan sebelumnya. Pada umumnya, dalam penelitian kualitatif informan yang diperlukan tidak dalam jumlah banyak, tetapi sesuai dengan keperluan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 16 informan, yang terdiri dari

stakeholders yang terlibat yaitu Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kudus, Kepala UPT Obyek Wisata Kudus, Kepala Desa Colo, Ketua-ketua organisasi masyarakat, Perhutani (Kesatuan Bisnis Mandiri), Investor/pihak ketiga, dan Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria.

3.2.3. **Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Obyek Wisata Colo yang merupakan wilayah Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling*, dimana lokasi yang dipilih karena terdapat Kawasan Obyek Wisata Colo terdapat beberapa obyek wisata religi dan alam yang disajikan. Beberapa obyek wisata tersebut juga dikelola oleh beberapa *stakeholders* yang berbeda. Kawasan tersebut juga terdapat beberapa kelembagaan lokal yang kuat ikut berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di Colo dibanding dengan obyek wisata lain yang ada di Kabupaten Kudus. Selain itu modal sosial masyarakat Desa Colo yang masih tinggi dengan memegang teguh tradisi lokal yang ada disana. Beberapa tradisi lokal seperti Buka Luwur mulai dikembangkan masyarakat menjadi daya tarik wisata.

3.2.4. **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Kuncoro (2009: 148) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan pelaku pengelolaan dan pengembangan Obyek Wisata Colo, dinas terkait, dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi informan. Data primer yang dibutuhkan adalah

informasi tentang adanya peran serta dan tujuan kelembagaan lokal dan bentuk modal sosial masyarakat dalam mendukung pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Selain itu informasi mengenai peran dan bentuk interaksi antar *stakeholders* yang berwenang di Kawasan Obyek Wisata Colo.

Pengertian data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan ke masyarakat pengguna. Kuncoro (2009: 148) menambahkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan dengan Pengembangan Pariwisata serta dari instansi terkait seperti dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus, Perum Perhutani Devisi KBM JLPL Regional Jawa Tengah , serta Badan Pusat Statistik (BPS).

3.2.5. Batasan Permasalahan

Modal sosial mempunyai bermacam-macam definisi, namun dalam penelitian ini inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas atau kelompok untuk bekerja sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi yang imbal balik dan saling menguntungkan (*re-siprocity*), dan dibangun diatas kepercayaan (*trust*) yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat (Hasbullah, 2007). Putnam dalam Adler dan Wookwon (2002) mengemukakan modal sosial adalah fitur organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk saling menguntungkan. Pada penelitian ini modal sosial

menunjuk pada jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Modal sosial selalu tidak terlepas dari tiga elemen pokok dengan indikator yang mencakup:

- a. Kepercayaan/*Trust* (kejujuran, kewajaran, sikap egaliter, toleransi, dan kemurahan hati);
- b. Jaringan Sosial/*Social Networks* (partisipasi, resiprositas, solidaritas, kerjasama);
- c. Norma/*Norms* (nilai-nilai bersama, norma dan sanksi, aturan)

3.3. Teknik Analisis Data

3.3.1. Analisis Data

Herdiansyah (2010:159) mengungkapkan proses analisis data dalam penelitian kualitatif sudah dimulai dan dilakukan sejak awal penelitian hingga penelitian selesai. Hal ini berarti, setiap peneliti melakukan proses pengambilan data, peneliti langsung melakukan analisis dari data tersebut seperti pemilahan tema dan kategorisasinya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman. Model analisis data ini memiliki 4 tahapan, yaitu tahap pertama pengumpulan data, tahap kedua reduksi data, tahap ketiga *display* data, dan tahap keempat penarikan kesimpulan serta verifikasi data.

1. Pengumpulan data

Proses pengumpulan data pada penelitian kualitatif telah dilakukan sebelum penelitian, saat penelitian, dan pada akhir penelitian. Pada awal penelitian, peneliti melakukan studi *pre-eliminatory* untuk membuktikan bahwa fenomena

yang akan diangkat dan diteliti benar-benar ada dan layak untuk diteliti. Pada saat melakukan penelitian, observasi, catatan lapangan, bahkan ketika berinteraksi dengan lingkungan sosial dan informan, merupakan proses pengumpulan data yang hasilnya data yang akan diolah. Setelah data mencukupi untuk proses analisis, kemudian dilakukan reduksi data.

2. Reduksi data

Reduksi data dilakukan untuk menelaah secara keseluruhan data yang dihimpun dari lapangan, sehingga akan menghasilkan hal-hal pokok yang berkaitan dengan fokus penelitian. Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil dari setiap wawancara yang pada awalnya hanya beberapa catatan peneliti akan diubah menjadi bentuk verbatim wawancara. Verbatim wawancara merupakan transkrip yang berisi hasil wawancara, yang disusun dengan sistematis agar memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data. Verbatim ini berisi hasil wawancara dan kemudian peneliti akan dapat melihat adanya tema-tema yang ada dalam setiap wawancara dengan setiap informan. Tema-tema ini kemudian dapat diringkas, dikelompokkan dalam tabel akumulasi tema, pada tahap pengubahan hasil wawancara kedalam bentuk verbatim, peneliti menelaah data yang telah diperoleh dan memilih data mana yang perlu ada dan data mana yang perlu dihilangkan.

3. Display data

Data ini merupakan proses penyusunan data agar lebih mudah untuk dibaca dan ditarik kesimpulan. Display data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut kedalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode (*coding*) dari subtema tersebut sesuai dengan verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan. Jadi, secara instan terdapat tiga tahap dalam display data yaitu kategori tema, subkategori, dan proses pengodean (*coding*). Tahap pertama, kategori tema. Tahap ini memindahkan tema-tema ke dalam matrik kategori berdasarkan tabel akumulasi tema yang telah dibuat sebelumnya. Tema-tema tersebut antara lain:

1. Perkembangan Pariwisata
2. Peran *Stakeholders*
3. Tujuan *Stakeholders*
4. Jenis Daya Tarik dan Tradisi
5. Kelembagaan
6. Modal Sosial
7. Permasalahan yang timbul
8. Dampak ekonomi

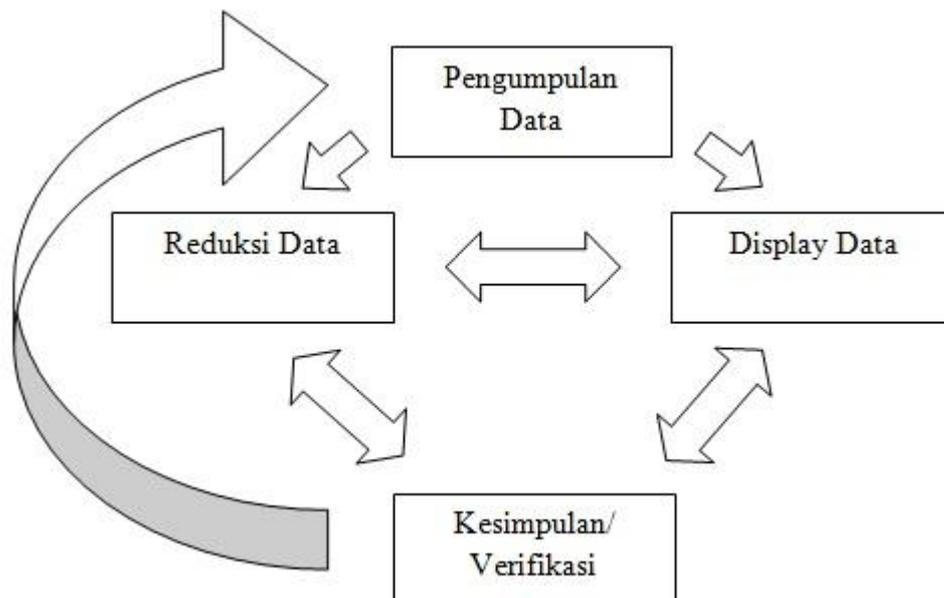
Tahapan selanjutnya adalah subkategori tema. Inti dari tahap ini adalah membagi tema-tema tersebut ke dalam subtema yang merupakan bagian dari tema yang lebih kecil dan sederhana. Tahapan terakhir yaitu proses

pengodean. Inti dari tahap ini adalah memasukkan atau mencantumkan pernyataan-pernyataan informan sesuai dengan kategori tema dan subkategori temanya ke dalam matriks kategori serta memberikan kode tertentu pada setiap pernyataan-pernyataan informan tersebut.

4. Kesimpulan/verifikasi

Setelah ketiga tahapan selesai, tahapan akhir adalah penarikan kesimpulan/verifikasi. Kesimpulan dalam model Miles dan Huberman berisi semua uraian dari subkategori tema yang tercantum pada tabel kategorisasi dan pengodean yang sudah terselesaikan disertai dengan *quote* verbatim wawancaranya.

Gambar 3.1
Model Analisis Interkatif Miles dan Huberman



Sumber : Herdiansyah, 2010

3.3.2. Uji Reliabilitas dan Validitas Data

Salah satu syarat mutlak dalam penelitian adalah validitas dan reliabilitas yang optimal. Tujuan dari validitas dan reliabilitas itu sendiri adalah untuk mengoptimalkan *rigor* penelitian. Lincoln dan Guba dalam Herdiansyah (2010: 206) menganggap *rigor* merupakan tingkat atau derajat dimana hasil temuan dalam penelitian kualitatif bersifat autentik dan memiliki interpretasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Validitas, reliabilitas, dan objektivitas dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas.

Emzir (2010) menyebutkan kredibilitas mempunyai arti bahwa penetapan hasil penelitian kualitatif adalah kredibel atau dapat dipercaya dari perspektif partisipan dalam penelitian tersebut. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mendeskripsikan atau memahami fenomena yang menarik perhatian dari sudut pandang partisipan. Strategi untuk meningkatkan kredibilitas data meliputi perpanjangan waktu penelitian, ketekunan penelitian, triangulasi, diskusi teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member checking*. Definisi triangulasi adalah penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang suatu fenomena yang akan diteliti (Herdiansyah, 2010: 201). Penulis akan menggunakan dua atau lebih sumber untuk meningkatkan *rigor* penelitian dan mendapatkan hasil penelitian yang optimal.

Transferabilitas merujuk pada tingkat kemampuan hasil penelitian kualitatif dapat digeneralisasikan atau ditransfer kepada konteks atau *setting* yang lain. Transferabilitas adalah tanggung jawab seseorang dalam melakukan

generalisasi dari sebuah perspektif kualitatif. Peneliti kualitatif dapat meningkatkan transferabilitas dengan melakukan suatu pekerjaan mendeskripsikan konteks penelitian dan asumsi-asumsi yang menjadi sentral pada penelitian tersebut.

Kriteria Dependabilitas disebut dengan istilah reliabilitas dalam penelitian kuantitatif. Prastowo (2011) mengungkapkan bahwa uji dependabilitas dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan melaksanakan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Semua hal yang bisa dipersoalkan seperti bagaimana peneliti mulai menentukan masalah/fokus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai membuat kesimpulan harus ditunjukkan oleh peneliti. Apabila hal tersebut tidak dapat menunjukkan jejak aktivitas lapangannya, maka dependabilitasnya patut diragukan.

Konfirmabilitas merujuk pada tingkat kemampuan hasil penelitian kualitatif dapat dikonfirmasi oleh orang lain. Menguji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian yang dihubungkan dengan proses penelitian yang dilakukan. Apabila hasil penelitian tersebut merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian itu telah memenuhi standar konfirmabilitas (Sugiyono, 2007: 131).