**Kontribusi Modal Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Mas-Mas**

Isnan Nursalim[[1]](#footnote-1), Rosiady Husaenie Sayuti[[2]](#footnote-2), Oryza Pneumatica Inderasari[[3]](#footnote-3)

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram

Jl. Majapahit, No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

**Abstrak**

Penelitian ini membahas kontribusi modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Metode yang digunakan yaitu Mixed method atau biasa disebut dengan penelitian campuran. Hasil Penelitian menunjukan pentingnya modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Melalui jaringan yang terdapat berupa relasi antar anggota organisasi dan stakeholders menghasilkan partisipasi masyarakat dalam mengikuti pelatihan, gotong royong serta melakukan promosi Desa Wisata Mas-Mas. Nilai dan Norma ditunjukan dengan kearifan lokal yang masih terjaga. Hal ini karena adanya awiq-awiq atau aturan bagi wisatawan yang disosialisasikan kepada wisatawan. Sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pengelola desa wisata, wisatawan dan stakeholders. Faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas berupa faktor pendorong dan faktor penghambat. Startegi yang tepat dilakukan oleh Desa Wisata Mas-Mas dalam mengembangan pariwisata untuk saat ini adalah mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat serta berinovasi dengan program wisata yang ditawarkan.

**Kata Kunci**: Modal Sosial; Pengembangaan Desa Wisata; Desa Wisata Mas-Mas: Pemberdayaan Masyarakat

**Contribution Of Social Capital In The Development Of Mas-Mas Tourism Village**

**Abstract**

This research discusses the contribution of social capital in the development of Mas-Mas Tourism Village. The method used is Mixed method or commonly called mixed research. The results showed the importance of social capital in the development of Mas-Mas Tourism Village. Through the network in the form of relationships between members of organizations and stakeholders resulted in community participation in participating in training, gotong royong and promoting Mas-Mas Tourism Village. Values and Norms are shown with local wisdom that is still maintained. This is because of awiq-awiq or rules for tourists who are socialized to tourists. Thus increasing public trust in tourism village managers, tourists and stakeholders. Factors that play a role in the development of Mas-Mas Tourism Village in the form of driving factors and inhibitory factors. The right startegi carried out by Mas-Mas Tourism Village in developing tourism for now is to optimize the potential of the community and innovate with the tourism programs offered.

***Keywords :*** *Social Capital; Tourism Village Development; Mas-Mas Tourism Village; Community Empowerment*

**LATAR BELAKANG**

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah yang menjadi priotitas pembangunan pariwisata di Indonesia atau disebut dengan Bali baru. Selain Mandalika yang sedang dikembangkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK Mandalika), Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat juga telah menetapkan 99 desa wisata yang akan dikembangkan. Pesatnya perkembangan Pariwisata yang ada di Nusa Tenggara Barat tidak terlepas dari berkembangnya desa wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan data yang ada, terdapat 99 desa wisata yang telah diteteapkan oleh Gubernur NTB yang tersebar di 10 Kabupaten/Kota[[4]](#footnote-4).

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

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas menjadi sangat penting karena masyarakat berperan sebagai subjek sekaligus objek dalam aktifitas wisata di Desa Mas-Mas. Masyarakat turut menerima manfaat dari adanya wisatawan yang berkunjung ke desa mereka. Selain itu masyarakat juga menjadi sadar akan pentingnya kebersihan untuk kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke desa mereka. Masyarakat biasa melakukan bersih-bersih lingkungan setiap hari jum’at, kegiatan ini dilakukan secara gotong royong oleh masyarakat.

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

Komponen modal sosial yaitu, *pertama* rasa saling percaya antara masyarakat dengan pengelola Desa Wisata Mas-Mas. *Kedua*, jaringan yang terdapat di Desa Wisata Mas-Mas yaitu antara individu pengelola wisata dengan masyarakat, pemerintahan, swasta dan lain sebagainya. *Ketiga*, nilai dan norma yang melekat didalam masyarakat dan tercermin dalam aktifitas wisata berupa kesopanan, kebersamaan, kejujuran dan saling menghormati. Melalui rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh kepercayaan, jaringan, nilai dan norma maka akan lebih mudah dalam mencapai tujuan atas dasar kebersamaan (Vipriyanti, 2011).

Pada pengembangan desa wisata, modal sosial memiliki peranpenting. Penelitian yang dilakukan oleh Yulianto (2015) menunjukan bahwa nilai modal sosial yang tinggi di dalam partisipasi masyarakat dapat meningkatkan perkembangan pariwisata di lokasi tersebut (Yulianto, 2015). Keterlibatan modal sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata (Hastanti & Purwanto. 2019). Partisipasi masyarakat meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Modal sosial yang tercermin dalam partisipasi masyarakat merupakan pendukung pelaksanaan pengembangan desa wisata. Hal ini menarik untuk dikaji dari sudut pandang akademis, sehingga menarik perhatian penulis membawanya dalam kajian ilmiah. Karena itu penelitian ini dilakukan. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal sosial terhadap pengembangan desa wisata, mendeskripsikan kontribusi modal sosial dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran atau *mixed method.* Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitaif. Penelitian kuantitaif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan kontribusi modal sosial dalam pengembangan desa wisata, dan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan total sampel berjumlah 97 responden. Sedangkan motode kualitatif digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata dengan menggunakan analisis SWOT. Pengambilan data melalui wawancara mendalam dengan pelaku wisata, pemerintah desa dan kelompok sadar wisata.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Merajut dan memperluas jaringan**

Masyarakat Desa Mas-Mas yang tergabung dalam organisasi berperan penting dalam pengembangan desa wisata. Robert D. Putnam (2000) menyatakan bahwa mudah dan sulitnya seseorang mendapatkan informasi sangat dipengaruhi dari jumlah jaringan yang ia miliki (Putnam, 2000). Informasi inilah yang kemudian menjadi modal sosial yang dapat menggerakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata. Guna melihat sejauh mana keterlibatan masyarakat dalam mengikuti komunitas maupun organisasi yang ada di Desa Wisata Mas-Mas maka dapat dilihat pada tabel 1. berikut ini:

Tabel 1.Keikutsertaan dalam Organisasi/Kelompok

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat melalui komunitas menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan sebagai modal untuk mengembangkan desa wisata. Hal ini juga diperkuat dengan data yang menunjukan bahwa sebanyak 58% responden mengatakan bahwa organisasi yang mereka ikuti memiliki program untuk mengembangkan desa wisata. Komunitas inilah yang kemudian menggerakan masyarakat untuk melakukan gotong royong, kerja sama, bahu membahu mengembangkan desa wisata. Masing-masing komunitas memiliki peran dan fungsinya tersendiri dalam upaya mengembangkan desa wisata. Peran dan fungsi komunitas tersebut tercermin dalam setiap program yang mereka lakukan.

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

Tabel 2. Keterlibatan *Stakeholder*

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan data yang diperoleh diketahui tingkat pengetahuan masyarakat terkait dengan keterlibatan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yaitu sebesar 32%. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) telah memberika bantuan berupa pembangunan taman dan fasilitas pendukung lainnya yang menunjang pengembangan Desa Wisat Mas-Mas. Hal ini bisa disebabkan karena Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat kurang memberikan sosialisasi terhadap masyarakat maupun melibatkan masyarakat dalam proses pembangunannya. Sehingga masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keterlibatan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

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

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

Pemerintah Desa memiliki kebijakan yang strategis dalam upaya mengembangkan desa wisata. Melalui kewenangan yang telah diberikan oleh pemerintah pusat dalam memanfaatkan dana desa, pemerintah desa tentu bisa lebih leluasa dalam merelokasikan anggarannya untuk mengembangkan desa wisata. Hal ini juga sudah dilakukan oleh Pemerintah Desa Mas-Mas dalam menggelontorkan dana desa melalui Bumdes untuk membangun kolam renang dan fasilitas penunjang pariwisata lainnya. Pemerintah desa bekerjasama dengan masyarakat gotong royong mengembangkan potensi yang ada menjadi desa wisata yang semakin berkembang. Berdasarkan data yang diperoleh diketahui sebanyak 70% responden mengetahui peran desa dalam upaya mengembangkan desa wisata. Artinya masyarakat cukup menyadari kontribusi yang dilakukan pemerintah desa dalam pengembangan desa wisata.

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

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

Pengetahuan masyarakat terkait dengan *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas salah satunya dipengaruhi oleh kualitas dan kuantitas informasi yang mereka peroleh. Bourdieu mendefinisikan modal sosial sebagai jumlah sumber daya, aktual maupun maya, yang berkumpul pada seorang individu maupun kepada kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalkan (John Field, 2010). Bordieu dan Wacquant (1992) dalam (Field, 2003). Sehingga pengetahuan tersebut tergantung dari kualitas dan kuantitas jaringan yang dimiliki.

Selain keterlibatan *stakeholders* terkait, peran masyarakat juga sangat penting. Peran masyarakat dalam berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata dilihat melalui (1) Mengikuti Pelatihan terkait pariwisata (2) Mengikuti kegiatan gotong royong (3) Melakukan promosi melalui media sosial (4) Promosi melalui media sosial dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada tebl 3. berikut ini:

Tabel 3. Partisipasi Masyarakat

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

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

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

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

**Keberadaan *Awiq-Awiq***

Menurut Coleman, terdapat norma yang harus ditaati dengan sanksi yang jelas dan efektif. Tanpa adanya norma yang jelas dan disepakati maka hubungan dalam lingkungan sosial menjadi kacau. Sehinggan akan mungakibatkan terjadinya sebuah anomie dimana individu cenderung berbuat semaunya sendiri berdasar kepentingan pribadinya. Pada tabel 4. berikut ini disajikan beberapa aturan dan nilai masyarakat lokal yang masih terjaga hingga saat ini

Tebel 4. Aturan dan Nilai Masyarakat Lokal

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Ya**  **(%)** | **Tidak**  **(%)** | **Total**  **(%)** |
| 1 | Dibutuhkan awiq-awiq untuk menjaga aturan dan nilai yang berlaku dimasyarakat | 95  98% | 2  2% | 97  100% |
| 2 | Terdapat awiq-awiq bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Mas-Mas | 83  85% | 14  25% | 97  100% |
| 3 | Mengetahui *awiq-awiq* Desa Wisata Mas-Mas | 58  60% | 39  40% | 97  100% |

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

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

Tabel 5. Sosialisasi *Awik-Awiq*

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

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

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

Berkenaan dengan hal tersebut maka awiq-awiq memiliki andil dalam upaya meminimalisir dampak negatif yang dapat aktivitas wisata. Coleman (1994) mengungkapkan norma yang ada harus ditaati dengan sanksi yang jelas dan efektif (Coleman, 1994). Tanpa adanya norma yang jelas dan dsepakati maka hubungan dalam lingkungan sosial menjadi kacau. Sehinggan akan mungakibatkan terjadinya sebuah anomie dimana individu cenderung berbuat semaunya sendiri berdasar kepentingan pribadinya. Untuk mencegah terjadinya anomie maka pengelola desa wisata Mas-Mas berupaya menerapkan awiq-awiq guna menjaga aturan dan nilai yang ada.

Tabel 6. Penerapan Awiq-Awiq

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

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

**Menumbuhkan Kepercayaan**

Aspek berikutnya adalah kepercayaan, indikator dari kepercayaan dalam penelitian ini adalah 1) Kepercayaan terhadap pengelola desa wisata, 2) Kepercayaan terhadap masyarakat 3) Kepercayaan terhadap wisatawan 4) Kepercayaan terhadap *stakeholders* untuk lebih jelasnya, disajikan tabel 4.6 derikut ini:

Tebel 7. Kepercayaan

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

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

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

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

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

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

**Faktor-Faktor Pengembangan Desa Wisata Mas-Mas**

Pengembangan desa wisata memerlukan dukungan dari berbagai pihak agar dapat menjadi andalan pendapatan masyarakat di desa wisata. Terdapat beberapa faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Melihat data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diisi oleh 97 responden maka diketahui beberapa faktor sebagai berikut:

1. Faktor Pendorong

Terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mendorong pengembangan Desa Wisata Mas-Mas sebagai berikut.

Tabel 8. Partisipasi Masyarakat

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

Sumber: diolah dari hasil penelitian (2020)

*Pertama,* faktor internal berupa partisipasi masyarakat dalam perencanaan. Sebanyak 20% masyarakat mengikuti musyawarah perencanaan pembangunan desa wsata. Melalui komunitas muzakaroh asyafiiah (Kemus) bersama pemuda lainnya berdiskusi mengenai potensi yang bisa dikembangan di Desa Mas-Mas. Melalui serangkaian diskusi dan tukar pikiran serta musyawarah bersama masyarakat kemudian dibentuklah desa wisata. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan diketahui 81% responden terlibat dalam pembangunan desa wisata. Lebih lanjut masyarakat mengatakan, partisipasi yang dilakukan berupa buah pikir, tenaga serta promosi. Dalam data tersebut juga diketahui sebanyak 22% responden mengatakan ikut dalam mengelola desa wisata. Selanjutnya, 96% responden mengatakan bersedia untuk bekerjasama dalam upaya pengembangan Desa Wisata Mas-Mas.

Melihat data yang telah diperoleh melalui kuesioner maka diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Dalam penelitian ini setidaknya terdapat 3 faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata. Faktor-faktor tersebut diantaranya yaitu.

Pertama, modal sosial yang menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Melalui jaringan yang terdapat berupa relasi antar anggota organisasi dan *stakeholders*. Sehingga menghasilkan partisipasi masyarakat dalam mengikuti pelatihan, gotong royong serta melakukan promosi. Nilai dan Norma ditunjukan dengan kearifan lokal yang masih terjaga. Hal ini karena adanya *awiq-awiq* atau aturan bagi wisatawan yang disosialisasikan kepada wisatawan. Setiap wisatawan yang berkunjung menerapan aturan tersebut dan mendapatkan sanksi bagi wisatawan yang melanggar aturan berupa teguran, peringatan hingga tidak diizinkan berkunjung kembali. Sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pengelola desa wisata, wisatawan dan *stakeholders*.

1. Partisipasi masyarakat

Partisipasi masyarakat ditunjukan dengan tiga indikator yang mengukur partisipasi masyarakat Desa Mas-Mas. Ketiga indikator tersebut yaitu : 1) Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan desa wisata. 2) Keterlibatan masyarakat dalam pembangunan desa wisata. 3. Keterlibatan masyarakat dalam pemeliharan desa wisata. Ketiga indikator inilah yang menjadi tolak ukur partisipasi masyarakat Desa Mas-Mas.

1. *Stakeholders.*

Pengembangan Desa Wisata Mas-Mas diperkuat dengan berbagai kerjasama yang dilakukan oleh pengelola desa wisata. Setidaknya ada 8 *stakeholders* yang bekerjasama dengan pengelola desa wisata. Beragam yang telah dilakukan oleh *stakeholders* terkait dengan pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Mulai dari pembangunan fasilitas, kebijakan, anggaran desa, pengabdian masyarakat hingga promosi yang sudah dilakukan. Keberadaan *stakeholders* juga diakui oleh masyarakat telah berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata. sebanyak 82% responden mengatakan *stakeholders* telah banyak membantu mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas.

**Strategi Pengembangan Desa Wisata**

Strategi yang ditawarkan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan Desa Wisata Mas-Mas. Berdasarkan hasil analisis SWOT startegi yang tepat dilakukan oleh Desa Wisata Mas-Mas dalam mengembangan pariwisata untuk saat ini adalah menerapkan strategi SO (*strength* dan *opportunities*).

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

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

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasanmaka dapat diatrik bebearapa kesimpulan sebagai berikut. *Pertama,* modal sosial berperan aktif dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas. Hal ini terlihat dari jaringan yang terdapat di Desa Wisata Mas-Mas berupa relasi dalam organisasi atau komunitas yang ada di desa, serta kerjasama yang dilakukan pengelola desa wisata dengan *stakeholders* terkait. Hal ini kemudian menghasilkan partisipasi masyarakat dalam mengikuti pelatihan, gotong royong serta melakukan promosi. Nilai dan Norma tergolong kuat yang ditunjukan dengan kearifan lokal yang masih terjaga. Hal ini karena adanya awiq-awiq atau aturan bagi wisatawan yang disosialisasikan kepada wisatawan. Setiap wisatawan yang berkunjung menerapan aturan tersebut dan mendapatkan sanksi bagi wisatawan yang melanggar aturan berupa teguran, peringatan hingga tidak diizinkan berkunjung kembali. Sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pengelola desa wisata, wisatawan dan *stakeholders*. *Kedua,* faktor yang berperan dalam pengembangan Desa Wisata Mas-Mas berupa faktor pendorong dan faktor penghambat. *Ketiga,* startegi yang dapat dilakukan oleh Desa Wisata Mas-Mas dalam mengembangan pariwisata untuk saat ini adalah memanfaatkan kekuatan yang ada guna menangkap peluang yang dimiliki. Mengoptimalkan potensi yang dimiliki masyarakat serta berinovasi dengan program wisata yang ditawarkan.

**SARAN**

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

*Kedua*, bagimasyarakat dalam pengembangan desa wisata diperlukan usaha untuk menjaga dan meningkatkan modal sosial yang sudah ada. Masyarakat harus lebih aktif dalam melakukan promosi untuk memperkenalkan dan mempublikasi potensi serta aktivitas Desa Wisata Mas-Mas.

**Daftar Pustaka**

Coleman, S, James. (1994). Dasar-Dasar Teori Sosial: Foundations of Social Theory. Edisi Revisi. Bandung: Penerbit Nusa Media.

Field, John. (2010). *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.

Fukuyama, Francis. (2010). *Trust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Penerbit Qalam.

Gumelar S, Sastrayuda. (2010). *Konsep Pengembangan Kawasan Agrowisata. Hand Out Mata Kuliah Concept Resort And Leisure, Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort And Leisure*. http://file.upi.edu.gumelar\_s.go.id (Diakses, 26 Oktober 2019).

Hastanti & Purwanto. (2019). Analisis modal sosial dalam pengelolaan mata air di dusun ngaram-aram, desa crewek, kecamatan kradenan, kabupaten grobogan. Jurnal Penelitian Pengelolaan Daerah Aliran Sungai. Vol. 3 No.2, Oktober2019 : 89-110.

Kholifa, Nurul. 2016. Pengaruh Modal Sosial terhadap Produktifitas Petani (Studi Kasus di Kecamatan Cilacap Utara Kabupaten Cilacap). Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Marpaung, H. (2002). Pengetahuan Kepariwisataan Edisi Revisi. Bandung: Alfa Beta.

Mawardi, M.J. 2007. Peranan Sosial Capital dalam PemberdayaanMasyarakat. Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam. Volume III Nomor 2 Tahun 2007. Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam. Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan. Bandar Lampung.

Priasukmana, Soetarso & R. Mohamad Mulyadin. (2001). Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah. Info Sosial Ekonomi.

Setyawati, Tya. (2015). *Modal Sosial dalam Pengembangan di Desa Wisata Tembi Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.* Skripsi, Jurusan Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta.

Vipriyanti, Nyoman Utari. (2011). Modal Sosial & Pembangunan Wilayah. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Yulianto, Tri Sunu. (2015). Modal Sosial Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Pentingsari dan Sambi Kabupaten Sleman. *Thesis*, Pascasarjana Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada.

1. [isnannur565@gmail.com](mailto:isnannur565@gmail.com); Jl. Majapahit, No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat [↑](#footnote-ref-1)
2. [sayuti@unram.ac.id](mailto:sayuti@unram.ac.id); Jl. Majapahit, No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat [↑](#footnote-ref-2)
3. [oryza.sociologist@unram.ac.id](mailto:oryza.sociologist@unram.ac.id); Jl. Majapahit, No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat [↑](#footnote-ref-3)
4. https://www.ntbprov.go.id/post/tetapkan-99-desa-pemprov-awali-dengan-25-desa-wisata(Diakses, 6 Oktober 2019) [↑](#footnote-ref-4)