

Sepakat-Sepakat: Modal Sosial Politik Masyarakat Kalitekuk Dalam Mewujudkan Desa Wisata

Mahatva Yoga Adi Pradana^{1*}, Ratna Istriyani¹

¹UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 09 September 2020

Accepted 10 Desember 2020

Available online 31 Desember 2020

Kata Kunci:

Modal sosial; Desa wisata; Masyarakat desa

Keywords:

Social capital; Tourism Village; Village community

ABSTRAK

Modal sosial yang tumbuh dalam masyarakat memberikan gambaran segala sesuatu yang membuat tercapainya tujuan bersama. Dalam pemahaman yang sederhana, modal sosial merupakan relasi produktif yang mampu menjadi kekuatan utama. Perwujudan modal sosial dilihat dari adanya aspek struktur seperti kepercayaan, nilai, norma, serta jaringan. Artikel ini bertujuan untuk mengkonstruksi sebuah gagasan masyarakat desa Kalitekuk yang merupakan modal sosial masyarakat untuk mewujudkan desa wisata. Gagasan ini terbentuk dalam proses pelatihan dan pemberdayaan masyarakat dimana terdapat Kelompok Sadar Wisata dan Bumdes sebagai pesertanya. Metode yang digunakan secara deskriptif dengan pendekatan kualitatif menjadi modal penulis. Hasil penelitian menjelaskan bahwa nilai-nilai kepercayaan dalam modal sosial sangat dominan sebagai dasar bagi masyarakat pedesaan untuk dijadikan modal dalam meningkatkan tujuan utama pembangunan. Sebagai wujud optimalisasi modal sosial dibutuhkan pengelolaan sumberdaya lain yang

dimiliki desa. Dimana optimalisasi ini bersumber dari potensi yang sudah ada kemudian dimanfaatkan. Dalam pelaksanaannya perlu adanya dukungan dari berbagai pihak serta harus dibarengi dengan dukungan kepemimpinan transformasional untuk meningkatkan optimalisasi peran modal sosial.

ABSTRACT

The growing social capital in society gives an idea of everything that makes achieving a common goal. In simple understanding, social capital is a productive relationship that can be the main strength. The realization of social capital is seen from the existence of structural aspects such as trust, values, norms, and networks. This article aims to construct an idea of Kalitekuk village community which is the social capital of the community to realize the tourism village. This idea was formed in the process of training and community empowerment where there are Tourism Awareness Group and Bumdes as participants. The method used descriptively with qualitative approach becomes the author's capital. The results explain that the values of trust in social capital are very dominant as the basis for rural communities to be used as capital in improving the main goals of development. As a form of optimization of social capital, it is necessary to manage other resources owned by the village. Where optimization is derived from existing potentials then utilized. In its implementation, there needs to be support from various parties and must be accompanied by transformational leadership support to improve optimization of the role of social capital.

Copyright © Universitas Pendidikan Ganesha. All rights reserved.

* Corresponding author.

E-mail addresses: mahatva.pradana@uin-suka.ac.id

1. Pendahuluan

Industri pariwisata di Indonesia begitu cepat pertumbuhannya. Fenomena ini memberikan dampak yang baik bagi perkembangan pariwisata nasional maupun daerah. Selain ditunjang dengan adanya program pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dalam menargetkan terbentuknya 2000 desa wisata. (Tribun Kaltim, 2019) Dalam perkembangan yang ada, dunia pariwisata telah banyak mengalami perluasan serta sudah terdiversifikasi dalam berbagai bentuk, pada akhirnya sektor wisata dapat selain berkembang juga menjadi sektor industri jasa kreatif, juga menjadi sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan paling cepat diantara sektor ekonomi lainnya di dunia (Sukirman, 2017). Bentuk program ini di wujudkan dalam rangka menciptakan pemberdayaan dikalangan masyarakat pedesaan. Salah satu yang menjadi peluang desa adalah memanfaatkan dana desa sebagai modal dalam upaya menciptakan brand wisata bagi desanya.

Brunner (2010) mengungkapkan bahwa *“Over the past six decades, tourism has been one the word economy,s fastest growing sectors.”* Pernyataan ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh organisasi World Tourism Organisation (WTO, 2004) yang menyatakan bahwa sektor pariwisata adalah sektor unggulan serta merupakan kunci dari lahirnya pembangunan di masyarakat. Sektor inilah yang menggerakkan perekonomian secara berkelanjutan apabila dikelola secara mandiri dan profesional. Sebagai upaya menciptakan peluang yang ada, masyarakat harus memerlukan adanya penentuan daya tarik wisata yang memiliki orientasi profit pada tataran ekonomi masyarakat. Dalam pandangan yang ada hingga tahun 2020 akan ada 1.6 miliar jiwa yang akan melakukan kegiatan pariwisata mencapai total valuasi ekonomi mencapai USD 2.000 milliar (Hermantoro dalam Rizkianto dan Topowijono, 2018).

Desa Wisata merupakan konsep atau mekanisme pembangunan *bottom up* yang dianggap ideal bagi desa. Hal itu karena konsep desa wisata mampu mengakomodir partisipasi masyarakat lokal guna kemajuan bersama. Desa wisata juga dapat dimaknai sebagai akomodir dalam bidang ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian dan lain sebagainya yang mampu dikembangkan sebagai objek pariwisata (Hadiwijoyo dalam Fitriani dan Ma'arif, 2017). Dengan kata lain, pembangunan dengan konsep desa wisata menunjukkan adanya prinsip pemberdayaan yang menekannya adanya nilai pembelajaran bagi masyarakat guna mencapai kemajuan serta kesejahteraan kolektif. Terlebih lagi, melalui UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, terdapat Dana Desa yang didistribusikan oleh pemerintah pusat guna mendukung progres pembangunan masyarakat. Hal itu tentu menjadi peluang bagi terselenggaranya pembangunan desa secara progresif hingga setidaknya sampai tahun 2016 sudah ada 576 desa wisata sungai, 165 desa wisata irigasi, 374 desa wisata danau (Rizkianto dan Topowijono, 2018).

Konteks pembangunan wisata masing-masing desa memang bisa jadi berbeda-beda. Mengingat modal yang dimiliki oleh masing-masing masyarakat desa dalam membangun wisata juga berbeda. Kendati dana desa bisa menjadi angin segar untuk memanifestasikannya, namun modal material tidak selalu memberikan manfaat maksimal jika tidak dikelola dengan maksimal. Merujuk pada upaya perwujudan Desa Wisata Kalitekuk, modal dominan yang menentukan justru modal sosial (*social capital*). Oleh karena ini, teori modal sosial perlu untuk diuraikan guna menjadi pijakan dalam menggambarkan upaya perwujudan Desa Wisata di Kalitekuk.

Menurut Robert D. Putnam, modal sosial merupakan modal yang terbentuk dari relasi atau hubungan yang tidak secara otomatis dilakukan oleh manusia, sehingga kadang tidak disadari bahwa relasi tersebut justru bisa menjadi modal bagi aktivitas yang produktif (Dasgupta dan Serageldin, 2000: 18-19). Lebih spesifik lagi Coleman memaparkan bahwa *“Social capital is defined by its function and that, it is not a single entity, but a variety of different entities having two characteristics: they all consist of some aspect of social structure and they facilitate certain action of individuals who are within the structure* (Nan Lin, 2003: 27-28).

Dalam hal ini Coleman lebih melihat modal dari fungsinya. Artinya modal sosial hanya bisa diidentifikasi ketika dan jika bekerja, serta dapat dilihat fungsinya dari efek yang dihasilkan. Ia menambahkan bahwa modal sosial bukan entitas tunggal melainkan terdiri dari beberapa aspek dari struktur seperti kepercayaan (trust), nilai-nilai (values), norma-norma (norms), jaringan (network), relasi resiprokal (Field, 2010). Variansi aspek struktur sosial tersebut berfungsi memfasilitasi tindakan-tindakan aktor dalam struktur sosial. Refleksi sintesis antara sosiologi dan

ekonomi oleh Coleman ini sejatinya menekankan bahwa modal sosial merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari barang umum yang diciptakan dan mungkin memberikan manfaat tidak saja bagi aktor yang hendak mewujudkan namun juga orang-orang yang menjadi bagian dalam struktur.

Robert D. Putnam menambahkan ulasannya mengenai tipologi modal sosial. Modal sosial dikategorisasi menjadi dua jenis yaitu *bonding social capital* (modal sosial terikat) dan *bridging social capital* (modal sosial yang menjembatani). *Bonding social capital* ada pada tataran relasi eksklusif seperti rukun warga dan teman akrab sehingga cenderung homogen. Karena eksklusif, pola hubungannya lebih berorientasi ke dalam (*inward looking*). Oleh karena itu, modal sosial jenis ini sulit memungkinkan terciptanya perluasan jaringan atau *networking* (Hasbullah, 2006:28). Kendati demikian, modal sosial terikat ini mampu menopang resiprositas spesifik, mobilisasi solidaritas, dan menjadi perekat sosial secara internal. Adapun *bridging social capital* lebih bersifat menyatukan orang dari ranah sosial yang berbeda atau beragam dan terbentuk dalam kelompok yang memiliki pandangan terbuka (*outward looking*) serta mandiri. Kemandirian juga tumbuh dari hubungan atau jaringan sebagai hasil dari interaksi dengan banyak pihak di luar kelompok (Hasbullah, 2006:30). Keterbukaan dengan pihak eksternal justru kian memperluas jaringan produktif. Bahkan modal sosial yang bersifat menjembatani ini mampu menghubungkan aset eksternal, persebaran informasi, membangun identitas, dan hubungan timbal balik yang lebih luas (Field, 2010: 52).

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat semakin menjadi alternatif pemberdayaan di pedesaan. Pemberdayaan dalam masyarakat merupakan sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. pandangan ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat "*people-centered, participatory, empowering and sustainable*" (Chambers, 1995). Ketika potensi wisata ada terdapat dalam pengembangan masyarakat di daerah pedesaan, maka potensi yang dimiliki tersebut harus dikelola penuh oleh masyarakat yang mendiami desa setempat (Rocharungsat, 2008). Wujud inilah yang merupakan salah satu bentuk implementasi pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*), pendekatan yang menjadikan masyarakat desa sebagai pengelola atau pelaksana kegiatan pariwisata (Beeton, 2006: Junaid, 2017). Terlebih desa memiliki banyak potensi sehingga dapat digali dan dimaksimalkan guna kemajuan dan kesejahteraan kolektif. Upaya tersebut memang harus dilahirkan dari inisiasi warga masyarakat lokal. Karena dengan adanya keterlibatan masyarakat, pengembangan desa wisata dapat terlaksana secara optimal dan efektif. Salah satu yang menjadi perhatian pada tulisan ini adalah upaya masyarakat Kalitekuk di Kabupaten Gunung Kidul dalam membangun desa wisata. Melalui gagasan "sepakat-sepaket", motivasi membangun desa wisata tumbuh secara kolektif.

Gagasan "sepakat-sepaket" yang muncul dari masyarakat merupakan bentuk partisipasi tidak lain merupakan bagian dari pembangunan desa yang terstruktur. Dalam konsep *people centered development* dan *bottom up development planning*, (Korten, 1984) dijelaskan bahwa sebagai upaya memaksimalkan pembangunan dibutuhkan adanya strategi serta rencana yang di wujudkan dalam kerangka perencanaan. Ini dilakukan dalam rangka meminimalisir adanya kesalahan baik secara sistemik atau *human error*. Dengan demikian pengembangan desa wisata harus didekati melalui penerapan strategi yang komprehensif yang meliputi ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum, keamanan.

Dalam menemukan bentuk modal sosialnya, penulis merujuk pada beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan. Untuk menguatkan modal sosial masyarakat diperlukan adanya sikap yang partisipatif, sikap yang saling memperhatikan, saling memberi dan menerima, saling percaya mempercayai, dan diperkuat oleh nilai dan norma yang mendukungnya. (Cahyono & Adhiatma, 2012) Selain itu diperlukan adanya strategi pokdarwis dalam penguatan desa wisata dilaksanakan melalui strategi inovasi yang dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau tindakan (*action*). (Purwanti, 2019) Adapula dibutuhkan adanya *political will* pemerintah, lembaga desa dan peran serta masyarakat merupakan modal dan pijakan yang sangat besar untuk pengembangan sebuah desa wisata. (Pantiyasa, 2019)

Merujuk pada lokus Desa Kalitekuk penelitian ini mencoba fokus pada pendekatan sosial ekonomi. Dengan menitikfokuskan pada gagasan "sepakat-sepaket", peneliti mengontruksi

bagaimana gagasan tersebut mampu menjadi motor terhadap upaya membangun Desa Kalitekuk menjadi desa wisata. Argumentasi penulis dimulai dari indikasi gagasan “sepakat-sepakat” sebagai modal sosial. Hal ini sekaligus merujuk pada pernyataan Aldler dan Kwon (2000) yang menyebutkan bahwa modal sosial adalah merupakan gambaran dari keterikatan internal yang mewarnai struktur kolektif dan memberikan kohesifitas dan keuntungan-keuntungan bersama dari proses dinamika sosial yang terjadi di dalam masyarakat. Kemudian Coleman (1999) yang memberikan gambaran bahwa dimensi modal sosial inheren dalam struktur relasi sosial dan jaringan sosial di dalam suatu masyarakat yang menciptakan berbagai ragam kewajiban sosial, menciptakan iklim saling percaya, membawa saluran reformasi, dan menetapkan norma-norma, serta sanksi-sanksi sosial bagi para anggota masyarakat. Berbeda dengan Fukuyama (1995) yang menyatakan bahwa norma dan nilai bersama yang dipedomani sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah laku otomatis menjadi modal sosial.

Studi ini kemudian menafsirkan bahwa modal yang sosial yang terbentuk pada masyarakat Desa Kalitekuk dengan gagasan sepakat-sepakat merupakan sebuah bahasan yang menarik apabila dikaji dengan melihat pendekatan modal sosial. Melihat bahwa masyarakat desa mencoba menginisiasi sebuah program yang terintegrasi secara langsung dalam sebuah jaringan di masyarakat. Dimana nilai dan norma yang dibangun dalam mencetuskan gagasan ini di dasari dari keinginan sekelompok masyarakat. Masyarakat menginginkan adanya pemberdayaan melalui pengembangan desa melalui sektor pariwisata.

2. Metode

Studi ini berfokus pada praktek modal sosial yang dilakukan oleh masyarakat desa Kalitekuk melalui gagasan sepakat-sepakat. Desa Kalitekuk berada di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunung Kidul. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif sebagai cara berfikir, menyelidiki dan menafsirkan praktek modal sosial yang terjadi pada masyarakat desa. Teknik pengumpulan dengan cara observasi dan wawancara dengan anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Podhang Kencana Desa Kalitekuk. Penulis melakukan studi ini dalam rangka pengembangan teori modal sosial. Modal sosial dalam hal ini berbentuk gagasan yang lahir dari masyarakat bawah yang mampu menjadi kekuatan bagi masyarakat dalam menggerakkan sumber daya di desanya berupa pengembangan desa wisata. Untuk mencapai tujuan studi ini, penulis melakukan pemilihan gagasan dan mendapatkan data kemudian menganalisisnya. Gagasan ini dipilih karena merupakan bentuk modal sosial yang lahir dan diinisiasi oleh masyarakat yang merupakan perwujudan nilai dan norma yang lahir alamiah.

3. Hasil dan pembahasan

Profil Desa Kalitekuk

Kalitekuk adalah salah satu desa di Kecamatan Semin, Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini mencakup 10 dusun yang tersebar dengan memiliki ragam potensi yang berbeda. Potensi utama yang dimiliki desa ini terletak di Dusun Kalangan dan Kalitekuk, yakni potensi alam perbukitan megalitikum yang dinamakan Platar Ambha. Penghidupan penduduk mayoritas di desa ini adalah petani, buruh, dan pelaku usaha swasta.

Kalitekuk memiliki beberapa organisasi masyarakat yang aktif, seperti kelompok tani, kelompok ternak, karang taruna, PKK serta kelompok sadar wisata Podhang Kencana. Selain itu, juga ada mitra kelompok masyarakat desa dalam bentuk Badan Usaha Milik Desa (Bumdes). Di Kabupaten Gunung Kidul cukup banyak desa yang telah bertransformasi menjadi desa wisata, dimana masing-masing desa memiliki objek wisata unggulan. Salah satunya adalah Desa Kalitekuk yang mulai bertransformasi menjadi desa wisata dengan memaksimalkan potensi sumber daya alamnya sebagai tujuan wisata. Wisata tersebut dikelola oleh masyarakat melalui pemberdayaan dengan modal sosial yang terwujud dalam gagasan “sepakat-sepakat”.

3.2 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Podhang Kencana

Konsep pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat dijadikan alat utama bagi desa dalam mengembangkan potensi yang ada. Tahun 2019 menjadi awal yang penuh tantangan bagi desa Kalitekuk. Dengan melihat potensi yang ada di sekitar desa tetangga,

sehingga beberapa tokoh berpikir bahwa Kalitekuk harus berbenah. Bermula pada saat mengikuti pelatihan yang di adakan oleh Dinas Pariwisata DIY, sebagian masyarakat yang hadir memiliki harapan dapat merubah ekonomi desanya dengan pengembangan desa wisata. Maka dari itu bersama pemerintah desa dibentuklah sebuah wadah masyarakat dalam upaya menciptakan produk baru yaitu Desa Wisata Kalitekuk.

Kelompok Sadar Wisata adalah unsur utama dalam masyarakat yang memiliki peran dan kontribusi penting dalam pengembangan kepariwisataan di daerahnya. Menurut Rahim (2012, online) dalam Surya Arif Wijaya, Zulkarnain, Sopingi (2016) kelompok sadar wisata (pokdarwis), merupakan wakil alternatif pengembangan pariwisata terkait dengan kampanye sadar wisata. Pengembangan pariwisata melalui desa wisata yang dilakukan kelompok sadar wisata (pokdarwis) melalui berbagai kegiatan dan salah satunya adalah pembinaan masyarakat. Pokdarwis juga merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan berasal dari masyarakat yang tentunya mengoptimalkan serta mengelola potensi kekayaan alam dan budaya yang dimiliki suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata.

Untuk menunjang keberhasilan suatu wisata diperlukannya sebuah strategi, dimana strategi tersebut merupakan kiat-kiat untuk mencapai dari suatu pengembangan ide. Salah satu strategi yang lahir menjadi alat utama pergerakan masyarakat desa. Hal ini disampaikan oleh Suraya (anggota pokdarwis) bahwa *"Desa membutuhkan perubahan sebagai mana yang telah saya lihat di Gunung Api Purba Ngglanggeran, bagaimana strategi masyarakat bisa memaksimalkan potensi yang ada dengan penuh tanggung jawab serta mengelolanya dengan baik pula. Inilah yang membuat saya bercita-cita untuk membangun desa Kalitekuk meskipun dicibir oleh banyak orang tentang suatu ketidakmungkinan"*.(wawancara, 24 November 2019)

Merujuk pada pemaparan Suraya di atas, masyarakat mulai menggalakkan inisiasi pengembangan desa wisata agar tidak timpang dengan desa di sekitarnya. Strategi masyarakat desa dalam mengembangkan potensi, berbekal kemampuan yang dimiliki tentu juga tidak mudah. Hal itu pula yang dialami oleh masyarakat Desa Kalitekuk. Meskipun pemerintah desa sudah memberikan pelatihan dan juga keikutsertaan dalam forum pariwisata namun memang perlu usaha lebih untuk memanifestasikannya.

Desa Kalitekuk sejatinya memiliki potensi wisata seperti aset alam. Pelatihan sadar wisata menjadi sarana untuk membuka pikiran warga masyarakat terkait potensi lokal yang dapat dikembangkan. Inisiatif warga masyarakat dalam mengupayakan pembangunan Desa Wisata menunjukkan bahwa modal sosial bergerak dalam ranah pemikiran individu yang menyentuh ranah publik. Pemikiran ini digagas oleh masyarakat yang mengikuti pelatihan, dikatakan bahwa *"Pemerintah desa sudah sepakat melihat hasil pelatihan yang ada bahwa penancangan desa Kalitekuk menjadi desa wisata perlu adanya gotong royong dan guyup rukun dikalangan warga masyarakat."* (wawancara November, 2019).

Pemerintah desa yang awal mulanya mengirimkan delegasi hanya sebagai formalitas saja, kini sudah mempersiapkan pengelolaan potensi itu dengan maksimal. Dengan demikian strategi dalam pembangunan pariwisata pedesaan diharapkan menjadi suatu model pembangunan pariwisata berkelanjutan sesuai dengan kebijakan pemerintah di bidang pariwisata. Pembangunan berkelanjutan diformulasikan sebagai pembangunan yang berusaha memenuhi kebutuhan hari ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan. Di samping strategi dan program yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat, meningkatkan taraf hidupnya sehingga masyarakat akan berusaha mempertahankan keberlanjutan pariwisata tersebut.

Strategi Masyarakat dalam Bentuk Gagasan Sepakat

Wulansari (2009) mengartikan bahwa peran sebagai konsep tentang apa yang harus dilakukan oleh individu dalam masyarakat, pendapat ini sesuai dengan pengertian tersebut Paul dan Chester (1993) yang mengartikan peran sebagai bentuk perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki status. Dari pemahaman tersebut, peran hakekatnya merupakan tindakan seseorang yang dilakukan dikaitkan dengan kedudukannya dalam suatu struktur sosial. Seperti diulas oleh Coleman bahwa modal sosial bukanlah entitas tunggal, melainkan terdiri dari beberapa entitas yang hidup dalam stuktur sosial dapat dikatakan adalah peran sosial. Salah

satunya adalah nilai dan norma (Field, 2010). Nilai merupakan patokan terkait kriteria baik buruk perilaku yang selalu menjadi pedoman masyarakat. Adapun norma merupakan tatanan aturan formal maupun non formal yang berguna sebagai instrumen untuk mencapai kesesuaian tindakan atau perilaku dengan nilai sosial. Manifestasi modal sosial dalam bentuk nilai dan norma juga tampak pada pembentukan Desa Wisata Kalitekuk. Secara spesifik nilai dan norma itu berwujud dalam gagasan “sepakat”. Kesadaran kolektif dalam wujud kesepakatan sejatinya memang lazim ditemukan pada masyarakat Desa Kalitekuk, terutama juga terinternalisasi pada organisasi-organisasi lokal yang hidup di sana dan salah satunya adalah Pokdarwis Pondhang Kencana. Sebagai masyarakat yang masih kental dengan nilai tradisional, pemikiran dan tindakan kolektif masih mewarnai sistem hidup. Hal itu pun tidak luput dari strategi perwujudan Desa Wisata Kalitekuk.

Hal itu diawali dengan narasi mengenai wacana orientasi desa Kalitekuk di masa depan yang perlu direvolusi kembali bahwa *“Mau sampai kapan desa ini akan terus seperti ini, yang ada hanya generasi muda yang akan pergi meninggalkan desa karena tau desanya hanya seperti ini. Tak apalah saya di katakan gila oleh masyarakat karena membuat rencana yang ingin membangun desa dengan desa wisata”*. (narasi anggota pokdarwis, 2019)

Merujuk motif tersebut menjadi landasan kuat untuk melakukan penguatan masyarakat desa, dan salah satunya dengan pembentukan dan pengembangan lembaga kepariwisataan yang tangguh. Oleh karena itu pemerintah desa membentuk Pokdarwis sebagai kepanjangan tangan dari Dinas Pariwisata yang memiliki tugas dan fungsi sebagai motivator, penggerak serta komunikator dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian masyarakat. Dengan kata lain, penguatan Pokdarwis merupakan strategi awal yang dilakukan Desa Kalitekuk dalam mewujudkan impiannya membangun desa wisata.

Tanpa menafikan kendala yang ada, Pokdarwis mengakui bahwa kepedulian warga masyarakat terhadap wacana pembangunan wisata awalnya sangat rendah, dikarenakan masih adanya anggapan di kalangan warga bahwa wisatawan tidak akan berkunjung ke desanya. Di sisi lain, inisiasi desa wisata menimbulkan problematika baru di masyarakat seperti kontra antara yang setuju dengan yang menolak rencana transformasi menjadi desa wisata. Oleh karena itu, tanpa mengurangi nilai-nilai yang dibangun di masyarakat, pemerintah desa mulai mengumpulkan para warga yang ingin melihat desanya dikunjungi wisatawan dan maju. Munculah sebuah argumen yang disampaikan oleh Suraya dengan pernyataan *“Dulur-dulur kita sudah ada disini untuk melihat desa ini maju, apakah semua sepakat dengan ajakan bapak kepala desa yang sudah mengirimkan kita ikut pelatihan di Ngglanggeran”* (wawancara, 2019).

Desa Kalitekuk membutuhkan modal dasar dalam mengelola, melestarikan serta memanfaatkan potensi alam yang menjadi daya tarik wisata. Sebagai lembaga yang membidangi kegiatan pariwisata, Pokdarwis tentu saja dituntut untuk mampu melakukan pendampingan, pembinaan kepada warga masyarakat terkait proses negosiasi serta sosialisasi kepada warga masyarakat bahwa pencanangan Desa Wisata Kalitekuk menjadi tujuan utama pembangunan desa. Pokdarwis merupakan fasilitator masyarakat dalam pengelolaan objek wisata desa dan sebagai pelaku dalam promosi wisata. Dalam hal ini, Pokdarwis melihat bahwa gagasan serta strategi yang dilakukan oleh masyarakat desa merupakan aksi dari tindak lanjut pelatihan yang sudah dijalani. Adapun langkah pertama yang dilakukan pemerintah desa bersama stakeholder adalah membuat *action plan* di objek wisata utama yaitu Platar Ambha.



Gambar 1. Branding Desa Wisata Kalitekuk

Penegasan gagasan sepakat yang dilakukan oleh masyarakat ditindaklanjuti oleh pemerintah desa dengan meluncurkan *branding* desa wisata. Mengusung *tagline* “*Funtastic Destination of Kalitekuk*”, masyarakat berupaya membangkitkan gairah wisatawan akan berkunjung desa dengan perasaan yang sangat bahagia luar biasa. “Sepakat” yang muncul dari nilai dan norma kolektivitas masyarakat lokal juga merupakan wujud adanya kepercayaan antar sesama warga. Aspek kepercayaan menjadi komponen utama pembentuk modal sosial di pedesaan, sementara aspek lainnya (kerjasama dan jaringan kerja), tidak akan terbentuk dengan baik jika tidak dilandasi oleh terbentuknya hubungan saling percaya (*mutual-trust*) antar anggota masyarakat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Fukuyama bahwa kepercayaan menjadi fondasi untuk mencapai tujuan sosial, sebab seperti pelumas yang dapat memuluskan kerja sistem sosial dan menciptakan sebuah efisiensi, serta menghadapi berbagai kendala yang mendistorsi (Fukuyama, 2002: 36-37). Merujuk pada ulasan tersebut, maka dapat diakui bahwa bergeraknya masyarakat Desa Kalitekuk dalam mengupayakan desa wisata dipengaruhi oleh berjalannya kepercayaan (*trust*) di antara warga bersama dengan Pokdarwis. Bahkan kepercayaan (*trust*) mampu membentuk adanya jaringan kerjasama di antara warga serta meminimalisir kendala dan pesimisme yang pernah ada di awal perjalanannya.

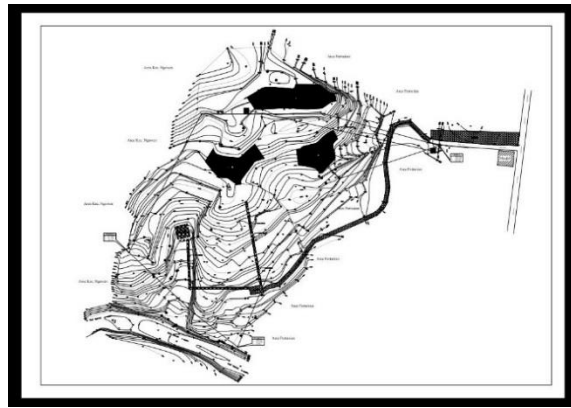
Penguatan Strategi Pemerintah Desa

Tugas utama Pemerintah Desa dalam melakukan manajemen strategi pada umumnya memuat kompilasi dan penyebarluasan ide gagasan yang lahir dari masyarakat. Aktivitas ini mendokumentasikan kerangka dasar organisasi dan mendefinisikan lingkup aktivitas yang hendak dijalankan oleh Pemerintah Desa. Strategi pemerintah dalam penguatan Desa Wisata dilaksanakan melalui strategi kelompok sadar wisata dalam dibuatkannya *roadmap* pembangunan objek wisata Platar Ambha. Dalam hal ini, Kepala desa Kalitekuk menyambut positif upaya pemberdayaan seluruh lapisan masyarakat dengan memanfaatkan adanya lembaga lokal dan dana desa yang dapat dioptimalkan melalui kerjasama yang solid. Setidaknya hal itu disampaikan bahwa “*pemerintah menyambut positif usulan warga masyarakat yang menginginkan adanya pemberdayaan di desanya melalui desa wisata. Dengan memanfaatkan dana desa setidaknya masyarakat harus siap apabila desa wisata Kalitekuk akan terbentuk. Selain melibatkan Bumdes, masyarakat juga perlu untuk bisa bergotong royong melaksanakan ini semua.*” (wawancara penulis, November 2019)

Pemerintah sadar betul bahwa mobilisasi gotong-royong hanya bisa dilakukan ketika masyarakat paham betul manfaat sosial ekonomi dari pembangunan desa wisata. Oleh karena itu, pemerintah desa berupaya melakukan strategi dengan membangun sekaligus meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap posisi, peran dan kedudukannya dalam konteks pembangunan kepariwisataan di daerahnya. Hal itu sekaligus dilakukan dengan meningkatkan kapasitas dan peran aktif pokdarwis dalam pembangunan kepariwisataan di daerahnya khususnya dalam mewujudkan sadar wisata dan sapta pesona. Pelatihan-pelatihan yang dilakukan pun menjadi sarana bagi upaya pembentukan *roadmap* desa wisata.

Upaya penyadaran dan peningkatan kapasitas masyarakat dan pokdarwis sekaligus tersebut kemudian melahirkan bentuk konsep desa wisata Platar Ambha yang dikatakan bahwa “*dari rembukan yang telah dilakukan oleh pemerintah desa dan beberapa kelompok masyarakat yang telah mengikuti pelatihan, kita sepakat untuk meneruskannya ke dalam action plan Platar Ambha. Karena dari maket inilah keberlanjutan program desa wisata dapat terlaksana dengan baik meskipun nanti akan berganti kepemimpinan.*” (wawancara Kepala Desa Bapak Waluya, 2019)

Bukti *action plan* yang dilakukan Pokdarwis dan masyarakat desa Kalitekuk adalah tersusunnya maket atau desain wisata Platar Ambha yang rencananya akan menjadi ikon wisata. Gambar lebih detailnya adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Konsep Platar Ambha

Pada aspek lain realita pembangunan desa wisata juga tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial politik. Implementasi konsep desa wisata berkaitan dengan respons masyarakat yang menginginkan adanya pemberdayaan, dimana dalam hal ini setiap organisasi memiliki hubungan dengan masyarakat (konstituen). Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang sulit dikontrol. Di dalam masyarakat yang sulit terkendali tersebut, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam *enterprise strategy* terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, yaitu dengan melakukan interaksi persuasive sehingga dapat menguntungkan organisasi. Model strategi tersebut juga menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Artinya pemerintah, pokdarwis, dan Bumdes Kalitekuk melakukan *enterprise strategy* yang tidak hanya menghimpun kesadaran dan dukungan dari masyarakat Kalitekuk melainkan juga pelayanan kebutuhan masyarakat yang berorientasi pada kemajuan sosial dan ekonomi.

Implementasi Pemerintah Desa Mengadakan Pelatihan Mandiri

Pemerintah Desa Kalitekuk sebagai fasilitator masyarakat menegaskan komitmennya untuk membangun desa sesuai harapan masyarakat. Bentuk kepedulian ini dilakukan dalam rangka menguatkan warga masyarakat yang sudah sepakat di dalam Pokdarwis. Kepala Sie Kesejahteraan Masyarakat (Kasie Kesra) Desa Kalitekuk, Suryanto menyatakan bahwa "*untuk memberikan gambaran tentang pengelolaan desa wisata, pemerintah desa memfasilitasi warga masyarakat untuk mengadakan pelatihan Bumdes dan Pokdarwis. Keduanya berkaitan erat karena Pokdarwis merupakan anak dari program Bumdes yang ada di desa. Dari ini nantinya warga yang dilatih diharapkan untuk dapat sepaket bersama-sama membangun desa melalui desa wisata*" (wawancara narasumber November 2019)

Petikan pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa modal sosial berupa nilai, norma, dan kepercayaan (*trust*) termanifestasi ke dalam jejaring kelembangaan Bumdes, Pokdarwis, dan komunitas (masyarakat) pada umumnya. Hal itu semakin didasari bahwa Pokdarwis adalah bagian dari Bumdes yang sama-sama berorientasi pada upaya perwujudan desa wisata, yang tidak lain demi kemajuan desa agar lebih kompetitif.

Satu hal yang perlu diingat, bahwa inisiasi pembangunan Desa Wisata Kalitekuk bermula dari kesadaran masyarakat yang mengharapkan adanya upaya pemberdayaan agar Desa Kalitekuk memiliki sektor ekonomi yang kompetitif seperti desa sekitarnya. Oleh karena itu, faktor utama yang mempengaruhi strategi pemerintah melalui pokdarwis dalam penguatan desa wisata ialah peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan. Hal itu merujuk pada prinsip *community development* bahwa pembangunan desa wisata tidak lepas dari peran serta masyarakat. Oleh sebab itu diperlukan adanya situasi dan kondisi masyarakat yang memiliki pola berpikir yang sadar wisata. Penerapan sikap sadar wisata diharapkan mengembangkan pemahaman dan pengertian yang proporsional di antara berbagai pihak, sehingga pada gilirannya akan mendorong masyarakat untuk berperan serta dalam pariwisata (Nursaid, 2016:224).

Pengembangan Desa wisata di Desa Wisata Kalitekuk mendapat dukungan dari masyarakat setempat yang terlihat dari keterlibatan mereka dalam menjaga dan merawat kebersihan dan kenyamanan lingkungan, melestarikan budaya baik secara fisik maupun non fisik serta partisipasi mereka dalam mendukung berbagai kegiatan atraksi wisata.



Gambar 3. Pelatihan Warga Masyarakat

Masyarakat sekitar desa wisata merupakan pelaksana atau pengelola setiap program desa wisata yang disusun pemerintah desa. Pemerintah juga selalu mensosialisasikan program desa wisata ini kepada masyarakat setempat agar adanya sinkronisasi antar lembaga dan masyarakat. *“Bumdes dan Pokdarwis didesa kami awalnya berada dalam satu lingkup kerja yang sama, namun ketika kami diberikan pelatihan selama lima hari, akhirnya kami tahu bahwa pokdarwis memang berbeda. Mengembangkan wisata di desa dengan anggota yang berbeda pula dengan Bumdes”* (wawancara Bpk Surono, 2019) Berbeda dengan yang diutarakan oleh salah satu Kepala dukuh Kalangan, Suroyo yang menyatakan bahwa *“sepertinya kami butuh bukan hanya dana saja, melainkan dukungan warga masyarakat yang ingin melihat desa ini berubah dalam beberapa tahun ke depan. Ketika sudah sepakat, masyarakat harus sepaket dalam memaksimalkan potensi yang ada dengan kerja bakti bersama-sama, gotong royong dan guyup rukun.”* (hasil wawancara, 2019)

Kepercayaan masyarakat yang sudah ada menjadi bukti kuat bahwa mereka ingin melihat perubahan di desanya. Terbentuknya saling percaya menurut (Pranaji, 2006) adalah hasil interaksi yang melibatkan anggota masyarakat dalam suatu kelompok ketetanggaaan, asosiasi tingkat dukuh, organisasi tingkat desa, dan berkembangnya sistem jaringan sosial hingga melintasi batas desa, dan berkembangnya sistem jaringan sosial hingga melintasi batas desa. Gagasan sepakat sebagai representasi berjalannya nilai dan kepercayaan (*trust*) atau modal sosial kemudian membangun tindakan sepaket, yaitu tindakan praktis yang dilakukan secara kolektif pada Pokdarwis yang bersinergi dengan Bumdes, Pemerintah Desa, dan masyarakat lokal.

Sepakat-Sepaket sebagai Modal Kesepakatan Masyarakat

Modal sosial di pedesaan merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan oleh masyarakat pedesaan untuk meningkatkan peran mereka dalam berbagai kegiatan seperti halnya melalui desa wisata. Berbagai sarana modal sosial yang ada sebenarnya telah memberikan media bagi masyarakat desa untuk bergabung dalam rangka memikirkan peningkatan kesejahteraan. Sepakat-sepaket hanya sebuah ungkapan yang menjadi penyemangat dan kepercayaan masyarakat. Nilai-nilai kepercayaan dan daya tanggap di antara anggota akan menimbulkan kerjasama dan solidaritas. Nilai kepercayaan diantara anggota dan keuntungan bersama akan menciptakan jaringan dan kebijakan.

Kemampuan masyarakat dalam menciptakan peluang desa wisata yang maju nampak dalam kinerja yang dilakukan. Dijelaskan bahwa *“setelah melihat respon warga masyarakat dalam bekerja bakti di Platar Ambha, nampaknya harapan menjadi desa wisata akan terus di galakkan. Intinya kalo sudah sepakat ya harus sepaket, masa bilang iya tapi tidak mau untuk kerja bakti bersama-sama.”* (wawancara kepala Dukuh Kalitekuk, 2019) Sementara itu pemahaman nilai-nilai, norma menjadi hal yang penting. Unsur-unsur penting dalam modal sosial antara lain; rasa

memiliki di antara anggota (*belonging*), jaringan kerjasama, rasa kepercayaan dan jaminan keamanan para anggota, saling memberi satu sama lain, saling berpartisipasi, dan bersikap proaktif. Namun demikian untuk mencapai dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di pedesaan, keberadaan modal sosial masih perlu ditingkatkan perannya dengan melibatkan masyarakat desa secara proaktif. Masyarakat telah merasakan manfaat adanya modal sosial, seperti: bertambahnya wawasan, pengalaman, kerukunan, swadaya masyarakat semakin meningkat, kelestarian lingkungan, persatuan antara warga, tukar pengalaman, kekompakan, silaturahmi, kesinambungan program, meningkatkan komunikasi, aspirasi masyarakat tertampung, dan kesejahteraan masyarakat meningkat.



Gambar 4. Wujud Partisipasi Masyarakat

Kesejahteraan sosial dan masyarakat sebagai indikator kesuksesan pembangunan di pedesaan menjadi tolok ukur utama dalam keberhasilan pembangunan. Modal sosial sebagai wahana dalam pencapaian kesejahteraan sosial hendaknya bukan hanya merupakan kegiatan rutinitas bagi para warga, namun juga harus mampu menampung berbagai permasalahan dan melakukan pemecahan masalah.

Hasil studi ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai cara untuk meningkatkan optimalisasi modal sosial. Cara yang utama adalah dengan memberikan pembinaan kepada masyarakat pedesaan sesuai dengan kebutuhannya. Disini ditunjukkan oleh pemerintah desa Kalitekuk dimana negara menjadi fasilitator untuk berkembangnya ekonomi masyarakat dimana semua itu dimulai dari pengelolaan Desa Wisata.



Gambar 5. Bentuk kerja Sepakat-Sepaket

Bentuk kerja yang diidealisasi melalui gagasan sepakat dan diaktualisasi dalam tindakan sepaket melalui mekanisme gotong-royong masyarakat Desa menunjukkan bagaimana modal sosial berfungsi dalam masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Coleman bahwa modal sosial hanya bisa diidentifikasi ketika dan jika bekerja, serta dapat dilihat fungsinya dari efek yang dihasilkan (Field, 2010). Identifikasi modal sosial terlihat dari bentuk gotong-royong (lihat gambar 4) dalam konsep sepaket. Tentu saja efek yang ditimbulkan dari optimalisasi modal sosial bukan hanya memungkinkan terwujudnya Desa Wisata Kalitekuk, melainkan optimisme kemajuan ekonomi di kalangan masyarakat. Arti Desa Wisata Kalitekuk dengan ikon Platar Ambha sebagai daerah objek dan tujuan wisata (DOTW) dan memperhatikan prinsip sapta pesona menjadi harapan masa depan masyarakat.

4. Simpulan dan saran

Merujuk pada ulasan yang disampaikan di atas dapat disimpulkan bahwa upaya pembangunan Desa Wisata Kalitekek Gunung Kidul Yogyakarta tidak lepas dari optimalisasi modal sosial. Modal sosial yang terbentuk dari relasi sosial masyarakat rupanya menjadi sarana untuk membangun upaya produktif seperti *branding* dan *action plan* pembangunan desa wisata. Manifestasi modal sosial itu terlihat dari gagasan dan tindakan “sepakat-sepakat” yang dimulai dari kesepakatan kolektif untuk melakukan transformasi desa ke usaha wisata. Kesepakatan kolektif muncul dari adanya nilai kolektif dan kepercayaan (*trust*) yang memuluskan implementasi rencana desa wisata melalui *roadmap* dan *action plan*. Inisiasi ini melahirkan sebuah pemahaman tentang partisipasi masyarakat. Hal utama yang penting dalam upaya memaksimalkan kinerja masyarakat tidak lepas dari adanya kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri. Ini dibuktikan dari adanya kesanggupan warga masyarakat dalam sepakat bergotong-royong, Gagasan sepakat kemudian diaktualisasikan melalui tindakan “sepakat” yaitu gotong-royong untuk mulai menata obyek tujuan wisata seperti ikon Platar Ambha.

Sebagai bentuk tindak lanjut atas penelitian ini dapat dikembangkan dengan mengkomodir kegiatan yang dilakukan di desa wisata lainnya sebagai jalan utama pengembangan masyarakat. Modal sosial tidak hanya dipahami sebagai bentuk kemampuan masyarakat menciptakan peluang, namun juga dalam meningkatkan efektifitas kinerjanya. Koordinasi dan kerjasama antar stakeholders diharapkan terlibat terutama untuk penentuan kebijakan sehingga menambah pandangan dalam pengembangan kedepannya. Terutama untuk komitmen dari masyarakat untuk terus menjalankan apa yang telah didapatkan dalam pemberdayaan.

Daftar Rujukan

- Adler, P & S Kwon. 2000. *Social Capital: The Good, The Bad and The Ugly*. In E Lasser (ed). *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications*. Butterworth Heinemann.
- Brunner, Edward. 2010. *New Paradigm of Tourism review of the literature from 2005 to 2009*, *Scientific Research In Tourism*.
- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Collingwood, Australia, Landlinks Press.
- Cahyono, B., & Adhiatma, A. (2012). *Peran Modal Sosial Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau Di Kabupaten Wonosobo*. 14.
- Coleman, J 1999. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. Cambridge Mass:
- Pantiyasa, I. W. (2019). Konstruksi Model Pengembangan Desa Wisata menuju Smart Eco-Tourism di Desa Paksewali, Klungkung, Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 9(1), 165. <https://doi.org/10.24843/JKB.2019.v09.i01.p08>
- Dasgupta, Partha dan Ismail Serageldin (ed). 2000. *Social Capital: A Multifaced Perspective*. Washington DC: The World Bank.
- Field, John. 2010. *Modal Sosial*. Terjemahan Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana.
- Fitari, Y., dan Ma`arif, S., 2017. Manfaat Pengembangan Desa Wisata Wonolopo terhadap Kondisi Sosial, Ekonomi dan Lingkungan Masyarakat Lokal. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 5(1), 29-44.
- Fukuyama, Francis. 1999. *Social Capital and Civil Society*. Institut Of Public Policy. George Mason University.
- Jousairi Hasbullah. 2006. *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR United Press.
- Junaid, I. (2017). Langkah strategis pengembangan indigenous tourism: Studi kasus di Kabupaten Kepulauan Selayar, Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik, *Jurnal Universitas Airlangga*. Vol. 30 (3), hal. 266-277. <http://ejournal.unair.ac.id/index.php/MKP/issue/view/542/showToc>
- Korten, D. (1984). *Strategic Organization for People-Centered Development*. *Public Administration Review*, 44(4), 341-352. doi:10.2307/976080
- Lin, Nan. 2003. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. USA: Cambridge University Press.
- Rizkianto, N., dan Topowijono., 2018. Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Berkelanjutan (Studi Pada Desa Wisata Bangun, Kecamatan Munjungan, Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(2), 20-26.

- Rocharungsat, P. (2008). Community-Based Tourism in Asia. Building community capacity for tourism development. G. Moscardo. Wallingford, CABI: 60-74.
- Sukirman, O., 2017. Apakah Anggaran Pemasaran Pariwisata Pemerintah Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan? (Studi Kasus di Indonesia Tahun 2011-2016). *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 7(2), 121-128.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 Tentang Desa.
- Wardhani, Aprilia Ayu. 2016. *Peran Pokdarwis dalam Pengembangan Desa Wisata Dewi Sri*.
- Wijaya Surya Arif, Zulkarnain, Sopingi. 2016. *Proses Belajar Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pengembangan Kampong Ekowisata*.
- World Tourism Organization (2004). Compendium of Tourism Statistics. See <http://www.worldtourism.org>
- Wrihatnolo, Randy R dan Riant Nugroho D. 2007. *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah pengantar dan Pedoman untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Wulansari, D., 2009. *Sosiologi Konsep dan Teori*. Bandung: Refika Aditama.