**Potensi pembangunan industri pariwisata berbasis masyarakat di Jawa Timur.
Sebuah Studi tentang *Social Capital* sebagai *Sustainable Resources***

Arimurti Kriswibowo

arimurti.adne@upnjatim.ac.id

Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

-Abstract-

The typical problem of tourism studies at the level of tourism destinations is when a destination has started to run well, it may arise contestation between actors in the management of tourism destinations. From a traditional view, tourism resources are static physical elements such as land, forest, water, or wildlife that put more emphasis on physical signs itself but putting aside the important human role on it. Indeed the contemporary study of tourism does not just cease at these physical signs. Unequal distribution of resources and management of resources will lead contestation in management to become acrimonious. From a development viewpoint, government programs can be constructive and also destructive when the rationality of the government in constructive development collide with the rationality of social capital that has grown with the community. So the development of Community-Based Tourism (CBT) as one of the tourism model, it is necessary to study so that it constantly become a booster of regional economies. This paper will conduct studies and comparisons of several leading tourist villages in Indonesia that will conform to the specificities of East Java to be implemented.

Findings in this paper are the investment in the tourism sector is an interesting alternative investment. Tourism offers long-term benefits which are environmentally friendly. A proper implementation of CBT, social cohesiveness should be the primary value, and it is exactly important to reinforce social capital instead of financial capital. It is due to the continuity of CBT will be longer when using empowerment approach to strengthening social capital instead by money driven. The potential of cohesiveness among Muslims through religious institutions such as Nahdatul Ulama has a huge role in supporting the achievement of CBT in East Java, given the strength of social capital that already exists in the community. What is needed is leadership that is able to create triggers so that the development of tourism sector can be run supported the existing social capital mechanism, so that its hopes CBT more sustainable, given social capital including capital that will not run out

Keyword : Community Based Tourism, Social Capital

I. PENDAHULUAN

Ketika Industri pertambangan, dan manufaktur mengalami kemerosotan, perekonomian Indonesia justru pernah diselamatkan oleh Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) saat krisis moneter pasca tumbangnya rezim politik orde baru. Hal ini mengingatkan kita bahwa UMKM yang tadinya dipandang sebelah mata memberi angka pertumbuhan malah terbukti peran yang cukup penting dalam menjaga pertumbuhan dan sebagai salah satu jalan mengurangi angka kemiskinan.

Selain itu, industri pariwisata bermodal besar juga pernah menjadi idola bagi pertumbuhan ekonomi negara ini, sebut saja industri pariwisata di Pulau Bali, sebelum akhirnya jatuh akibat tragedi bom bali. Terlepas dari pengalaman tragedi bom balim sejatinya pariwisata merupakan alternatif industri yang strategis untuk mendorong pembangunan wilayah mengingat industri pariwisata termasuk industri yang minim limbah (Sunaryo, 2013). Selain itu, pariwisata adalah industri yang berkelanjutan atau tidak lekang oleh waktu, tentunya ketika diperbandingkan dengan industri pertambangan dan manufaktur yang semakin lama semakin melemah. Pariwisata menjadi industri yang memiliki daya jual yang tidak akan pernah habis.

Widianto (2016) berpendapat bahwa prospek pariwisata ke depan sangat menjanjikan bagi negara Indonesia bahkan memberikan peluang besar. Pariwisata merupakan salah satu industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kualitas hidup, maka dalam perkembangannya kebutuhan rekreasi ini telah banyak mengalami perubahan orientasi. Masyarakat yang semakin peduli terhadap masalah-masalah kerusakan lingkungan dan hancurnya tatanan kehidupan masyarakat tradisional, melirik pada hal-hal yang lebih natural

Yahya (2016) berpendapat bahwa pariwisata sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB), devisa dan lapangan kerja yang paling mudah dan

murah (dalam Alamsjah, 2016). Hal itu dilandasi oleh beberapa alasan logis seperti prosentase sumbangan pariwisata Indonesia terhadap PDB yang mencapai 10% pada tahun 2015 dengan nominal tertinggi di Asean, selain itu pertumbuhan PDB pariwisata nasional yang mampu tumbuh 4,8% dengan tren naik sampai 6,9% dimana angka pertumbuhan tersebut jauh lebih tinggi daripada industri agrikultur, manufaktur otomotif, dan juga pertambangan.

Dari sisi devisa, pada tahun 2015, pariwisata adalah penyumbang devisa nasional peringkat keempat sebesar 9,3%. Selain itu pariwisata telah membuka setidaknya 9,8 juta lapangan pekerjaan atau sebesar 8,4% lapangan kerja nasional, atau dapat dikatakan 1 dari 11 lapangan kerja yang tersedia adalah dari sektor pariwisata. Dari sisi investasi untuk membuka peluang ketenagakerjaan, pariwisata adalah pencipta lapangan kerja termurah yaitu sekitar US\$5.000/satu jenis pekerjaan, dibandingkan rata-rata industri lainnya yang mencapai US\$100.000/satu pekerjaan.

Secara lebih detil, Kementerian Pariwisata mengklasifikasi dan melakukan pemetaan potensi pariwisata Indonesia dalam tiga kategori seperti digambarkan pada tabel dibawah ini

Tabel 1. Portofolio Pariwisata Indonesia

Portofolio Produk Pariwisata Indonesia	Alam (35%)	Wisata Bahari
		Ekowisata
		Wisata Petualangan
	Budaya (60%)	Wisata Warisan Budaya
		Wisata Belanja dan Kuliner
		Wisata Kota dan Desa
	Buatan Manusia (5%)	Wisata MICE
		Wisata Olahraga
		Objek Wisata Terintegrasi

Sumber: Passenger Exit Survey, 2014 dalam Ratman 2016

Dari tabel diatas, dapat dipahami bahwa mayoritas destinasi dan atraksi wisata yang tersedia dan yang menjadi potensi besar dalam pariwisata Indonesia adalah bidang kebudayaan, terlihat dari prosentase portofolio yang mencapai angka 60% . Beberapa bentuk wisata budaya dapat berupa wisata warisan budaya seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan (termasuk di dalamnya atraksi sendratari Ramayana), dan wisata religi. Wisata budaya terdiri juga dari wisata belanja & kuliner serta wisata kota dan desa yang dapat berbentuk Desa Wisata kebudayaan. Dari beberapa gambaran data diatas, menunjukkan bahwa pariwisata memiliki beberapa kelebihan dan dapat menjadi peluang dalam pembangunan ekonomi nasional secara umum, dan ekonomi Jawa Timur secara khusus.

Kebijakan pembangunan pariwisata nasional melalui prioritas tahun 2015-2019 setidaknya telah merumuskan 10 destinasi pariwisata prioritas yang ditempuh melalui dua cara yaitu percepatan pembangunan destinasi pariwisata di Indonesia dan prioritas pemasaran pariwisata nasional. Prioritas pembangunan destinasi pariwisata salah satunya terletak di Jawa Timur, secara khusus Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Pemilihan Jawa Timur sebagai salah satu prioritas tentu memiliki alasan. Salah satunya karena Jawa Timur menduduki peringkat pertama tujuan wisatawan nusantara di Indonesia¹.

Terdapat tiga pertimbangan utama dalam pembangunan pariwisata, yaitu dari sisi aksesibilitas, sisi amenities, dan sisi atraksi. Oleh sebab itu, selain mempersiapkan infrastruktur penunjang aksesibilitas pariwisata, pemerintah tentunya dalam melakukan pembangunan pariwisata perlu juga melakukan pengembangan atraksi wisata, dan amenities.

Metode yang dapat digunakan dalam pembangunan pariwisata salah satunya pariwisata yang berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*-CBT).

Pendekatan pembangunan pariwisata melalui model ini lebih menekankan

¹ Lima provinsi tujuan perjalanan wisatawan nusantara menurut jumlah, Jawa Timur 17,8%, Jawa Barat 16,32%, Jawa Tengah 12,86%, DKI 7,72%, dan DIY 4,61%. Data SAKIP Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur 2017.

kekuatan masyarakat sebagai aktor atau subjek pembangunan pariwisata. Pemerintah dan atau investor swasta tidak lagi menjadi pemain utama dalam manajemen pariwisata, melainkan masyarakat.

Kegagalan paradigma pembangunan pariwisata model lama adalah tanpa keterlibatan masyarakat, sehingga objek pariwisata tidak akan berjalan langgeng mengingat atraksi kebudayaan dan pelayanan *hospitality* bertumpu pada masyarakat sekitar objek wisata. Dari sisi kemanfaatan bagi komunitas atau masyarakat di sekitar lokasi pariwisata dalam paradigma selama ini dirasa kurang. Namun ini tidak berarti penguatan investasi keuangan di sektor pariwisata tidak penting. Justru investasi keuangan dalam pembangunan pariwisata akan semakin kuat ketika terdapat pemberdayaan dan keterlibatan aktif dari masyarakat

Walaupun implementasi CBT di Provinsi Jawa Timur telah sejak lama dilakukan oleh beberapa kelompok masyarakat melalui wisata religi, namun perkembangan CBT tidak akan optimal tanpa peran serta dan dukungan pemerintah sebagai pengambil kebijakan publik. Pemerintah Provinsi Jawa Timur mencatat beberapa destinasi wisata religi yang terdapat di Jawa Timur misalnya: Kab Tuban Makam Sunan Bonang, Kab Tuban Makam Ibrahim Asmoro, Kota Surabaya Kawasan Wisata Religi Ampel, dan Kab Gresik Makam Sunan Giri. Bahkan data dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa wisata religi justru menempati peringkat atas daftar destinasi wisatawan nusantara. Hal ini artinya, pengelolaan pariwisata dalam bentuk kawasan wisata religi memang sangat menarik, dan melibatkan kelompok masyarakat (setidaknya komunitas pondok pesantren) dalam pengelolaannya.

Kembali pada bahasan destinasi pariwisata nasional Indonesia, dikutip dari pemberitaan jatintimes.com², bahwa secara khusus untuk mendukung program 10 destinasi prioritas maka Pemerintah Kabupaten Malang, secara

² <http://m.jatintimes.com/baca/154408/20170613/150732/5-desawisata-prioritas-2017-siap-lengkapidestinasiwisata-bromo-tengger-semeru/> diakses pada 7 Oktober 2017

khusus dinas pariwisata sedang berfokus pada pembangunan dan pengembangan lima destinasi desa wisata. Demikian kutipannya:

“Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Malang, Made Arya Wedanthara dalam menunjang dan menopang integralistik wisata TNBTS, maka Pemerintah Kabupaten Malang yang terus fokus pada optimalisasi pariwisata, kini sedang menggarap lima destinasi desa wisata. ... Lima prioritas desa wisata tersebut adalah Ngadas, Ngantang, Sanankerto, Ngeliyep dan Singosari “

Menjadi menarik untuk dapat melihat bagaimana pengalaman pengalaman pengelolaan CBT di beberapa daerah di Indonesia yang berbentuk destinasi desa wisata, dan melihat bagaimana model interaksi pembangunan pariwisata berbasis masyarakat yang paling efektif terutama ketika kelompok masyarakat tersebut menggunakan modal sosial sebagai modal utamanya. Kajian ini tentu akan dapat memberi sumbangsih pada kelompok kelompok sadar wisata yang masih muda atau bahkan yang masih berbentuk embrio untuk mengadopsi atau mengadaptasi model yang sudah pernah berjalan di Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan menurut *United Nations Conference on Environment and Development (UNCED)*, dalam Nurhidayati (2007), adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan dari generasi sekarang tanpa mengurangi kemampuan dari generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka

Sedangkan 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)

Mathieson dan Wall dalam sunaryo (2013) mengatakan bahwa ada beberapa prinsip pariwisata berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, diantaranya yaitu:

- a. Aspek indikator lingkungan fisik.
- b. Aspek sosial budaya.
- c. Aspek indikator ekonomi.

Oleh sebab itu, pembangunan pariwisata berkelanjutan menjadi trend pembangunan saat ini yang diharapkan dapat memberi kelanjutan pembangunan ekonomi yang berdayaguna bagi masyarakat tanpa menghilangkan kelangsungan lingkungan alam dan sosial budaya masyarakat

II.2 *Community Based Tourism (CBT)*

Sudarmo (2006) berpendapat bahwa pembangunan pariwisata merupakan sebuah tantangan khusus bagi pemerintah daerah, terutama dalam mengelola destinasi pariwisata yang sesuai dengan karakteristik masyarakat. Selain itu, pembangunan pariwisata membutuhkan tidak hanya pemerintah, namun juga LSM, masyarakat lokal, dan universitas. Hal ini diperlukan untuk dapat mengembangkan model baru interaksi dan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat.

Nurhidayati (2012) menggambarkan latar belakang lahirnya CBT mulai dari adanya kegagalan pariwisata dalam paradigma pembangunan pariwisata sudah yang berkembang kurang menguntungkan komunitas setempat. Menurutnya, pengembangan pariwisata yang baik harus memberikan keuntungan ekonomi, sosial dan budaya kepada komunitas di sekitar destinasi, lalu lahirlah pemikiran untuk mengembangkan pariwisata yang lebih berpihak pada masyarakat yang kemudian dikenal dengan istilah *Community Based Tourism (CBT)* atau pariwisata berbasis masyarakat.

CBT merupakan aktivitas ekonomi penting yang jika dikembangkan dengan tepat dapat mengatasi sejumlah tantangan pembangunan, termasuk pengurangan kemiskinan, pengembangan ekonomi lokal, perdamaian dan

keselarasan masyarakat, dan manajemen sumber daya alam dan lingkungan yang berkesinambungan (Damanik, 2006)

Oleh sebab itu CBT bisa dipahami sebagai konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal, dimana masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunannya.

Strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada masyarakat (CBT) menurut Sunaryo (2013) memerlukan setidaknya tiga hal yaitu :

- a. Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan;
- b. Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan
- c. Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.

II.3 Social Capital

Social Capital atau modal sosial secara alamiah merupakan *public good*, *social capital* mengarahkan kepercayaan dan suasana kewirausahaan yang cocok untuk pertumbuhan ekonomi dan investasi (Nyangena, 2014). *Social capital* secara sederhana dapat dikatakan terdiri dari sekumpulan norma, jaringan sosial, dan kepercayaan antar anggota komunitas sosial tersebut.

Social Capital secara umum menjalankan fungsi aturan dalam manajemen sumber daya pada sebuah komunitas. Modal sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mekanisme yang terjadi dalam pengaturan sumber daya, yang dalam penelitian ini berupa optimalisasi pembangunan pariwisata. Kusuma (2015) berpendapat Partisipasi masyarakat merupakan bagian penting dalam membangun perkembangan pariwisata. Nilai modal sosial yang terkandung dalam partisipasi masyarakat merupakan salah satu yang membentuk pengembangan pariwisata, selain itu perlu adanya peran kelembagaan yang sebagai payung aturan demi kepentingan bersama. Tindakan bersama dari partisipasi masyarakat dan kelembagaan bisa sebagai

katalisator penggerak sektor pariwisata sehingga dapat berkembang secara terus-menerus agar dapat merangsang tumbuhnya perekonomian

Montgomery (1998) dalam Fu (2004) mengatakan bahwa modal sosial adalah sebuah kemampuan kumulatif dari sosial groups yang bersatu dan bekerja sama untuk menciptakan common good, artinya ada rasa kepemilikan bersama atas masyarakat tersebut, dan pastinya hal ini dapat mencegah *tragedy of the common* yang menimpa masyarakat dimana tidak memiliki rasa kepemilikan bersama.

Sedangkan Coleman (1994) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya yang melekat pada hubungan keluarga dan dalam organisasi sosial komunitas. Sumber-sumber daya tersebut berbeda bagi orang-orang yang berlainan dan dapat memberikan manfaat penting. Definisi tersebut memiliki sudut pandang bahwa modal sosial adalah sumber daya yang dimiliki setiap individu secara khas yang akan terbentuk melalui sebuah jaringan yang bersifat kekeluargaan, diperkuat dengan pendapat Fukuyama (2005) yang memandang bahwa keluarga adalah sumber sekaligus saluran modal sosial. Namun esensi dari modal sosial tidak semata-mata hanya terdapat pada hubungan biologis keluarga namun lebih mendasar pola hubungan institusi informal.

III. PEMETAAN PARIWISATA DI JAWA TIMUR

Secara geografis Jawa Timur diuntungkan dengan posisinya yang diapit kota budaya Yogyakarta dan Bali. Hal ini membuat Jawa Timur menjadi bagian yang dipandang dalam daftar tujuan wisata. Potensi kota budaya juga dimiliki Jawa Timur seperti kebudayaan masyarakat Hindu yang ada di daerah Tengger di lereng Gunung Bromo.

Dari kacamata PDRB, sektor pariwisata di Provinsi Jawa Timur menunjukkan kinerja yang terus meningkat seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. PDRB Sektor Pariwisata Provinsi Jawa Timur

PDRB-ADHB (seri 2010)			
Tahun	Jatim (T Rp)	Pariwisata (T Rp)	Kontribusi
2010	990,65	47,88	4,83%
2011	1.120,58	54,45	4,86%
2012	1.248,77	61,01	4,89%
2013	1.382,43	68,84	4,98%
2014	1.540,70	81,01	5,26%
2015	1.689.882	92,68	5,48%
2016	1.855,040	106,27	5,73 %

Sumber : Dinas Pariwisata Jawa Timur

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa selalu terjadi pertumbuhan kontribusi Jawa Timur dalam sektor pariwisata. Setidaknya dalam kurun waktu 6 tahun PDRB pariwisata Jawa Timur telah meningkat 2 kali lipat. Angka positif ini dapat memberi harapan besar pada masa depan pariwisata jika dilakukan pengelolaan yang baik dan benar.

Provinsi Jawa Timur memiliki potensi wisata sebanyak 765 yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Timur. Obyek wisata itu terdiri dari Wisata Pantai, Gunung, Taman Nasional dan lain-lain. Sebaran pariwisata sejumlah itu belum semuanya tergarap dengan baik. Walau jawa timur sejak tahun 2011 tidak pernah kurang dari 30.000 wisatawan nusantara yang datang ke provinsi ini.

Tabel 3. Jumlah Wisatawan Nusantara di Jawa Timur

Tahun	Nasional	Jatim	%
2014	251.200.000	45.644.689	18,17
2015	255.050.000	48.839.817	19,15
2016	265.000.000	54.565.006	20,59

Sumber : Dinas Pariwisata Jawa Timur

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara di Jawa Timur yang mengalami peningkatan terus menerus. Pada tahun 2014, wisatawan nusantara yang datang mengalami peningkatan dari tahun 2011 menjadi 45.644 juta wisatawan, dan pada tahun 2016 mencapai 54.565 juta

wisatawan. Hal ini menggambarkan bahwa ada tren positif setiap tahunnya, serta memberi gambaran bahwa pariwisata Jawa Timur menyumbangkan setidaknya 1/5 dari total wisatawan nusantara di Seluruh Indonesia. Tentu ini semakin menguatkan, bahwa ke depannya pariwisata dapat terus bertumbuh dan menjadi sektor penting dalam perekonomian Jawa Timur.

IV. MODEL PENDEKATAN CBT DI BEBERAPA WILAYAH DI INDONESIA

IV.1 Desa Wisata Kebon Agung Imogiri Bantul

Salah satu kekuatan modal sosial teruji dalam pengelolaan destinasi desa wisata Kebon Agung Imogiri Bantul, DIY. Sebagai desa wisata pertanian dan kebudayaan, Kebon Agung yang telah berdiri sejak tahun 2002 justru semakin kuat dan berkembang setelah terjadi bencana gempa pada tahun 2006. Bencana alam, dapat menjadi *trigger* masyarakat untuk semakin kuat menjalankan mekanisme *sosial capital* untuk bergotongroyong merekonstruksi dan merehabilitasi desa tersebut. Modal sosial terbukti efektif bekerja dalam situasi darurat, dan ini yang justru dipergunakan untuk mendorong pembangunan pariwisata di desa ini lebih cepat.

Jaringan sosial yang terbangun sejak lama melalui kesamaan leluhur, ditambah dengan norma yang terbentuk dari kegiatan tradisi di desa Kebon Agung baik melalui pengajian, tradisi kendhuri, tradisi jimpitan, dan sebagainya, yang diperkuat oleh kepercayaan antar individu membuat mekanisme modal sosial bekerja.

Ditambah dengan bantuan pemerintah berupa PNPM Pariwisata pada tahun 2009, 2010 dan 2011 membuat desa wisata Kebon Agung memiliki tambahan penggerak untuk membangun desa wisatanya bahkan sampai mendapat penghargaan sebagai desa wisata terbaik selama 2 tahun berturut turut. Modal Sosial menjadi semacam modal tak terlihat yang bekerja ketika terdapat suatu *triggers*, dan akan semakin kuat ketika ada penggerak lain yang bisa berupa rangsangan modal financial, maupun ketokohan dari pemimpin. Pada kasus Kebon Agung, *triggers* paling kuat

IV.2 Bangsring Underwater, Kabupaten Banyuwangi

Data yang dipaparkan oleh Kusuma, Satria dan Manzilati (2017) menunjukkan bahwa sosial kapital memberi dampak positif dalam membangun ecotourism terutama dalam program pemberdayaan nelayan. Jaringan dan norma yang sudah ada memperkuat proses penyadaran nelayan Desa Bangsring dalam merubah pola tangkap nelayan dari yang tidak ramah lingkungan menjadi ramah lingkungan. Kepercayaan (*trust*) satu sama lain dan demi menjaga agar tidak terjadi “*tragedy of the common*” akhirnya mampu mengajak nelayan untuk menjaga dan melestarikan lingkungan laut yang ada. Untuk memperkuat aturan sosial atau norma-norma sosial, nelayan membentuk sebuah AD/ART di dalam kelompok mereka agar mekanisme aturan dan peran menjadi lebih jelas satu sama lain. Dampaknya adalah perbaikan ekonomi masyarakat, selain itu melalui social capital yang kuat dalam masyarakat, dapat mengurangi bahkan menghilangkan biaya transaksi yang terjadi pada para nelayan ikan Desa Bangsring.

IV.3 Kampung Sereh, Jayapura

Kampung ini menjadi binaan pemerintah dalam pembangunan CBT melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pariwisata pada tahun 2013. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat disini adalah agar “mama papua” atau kaum ibu di Kampung ini dapat menjadi pendukung jalur pariwisata di bidang pengadaan souvenir khas yaitu tas noken.

Setelah melalui beberapa bulan mendapat pendampingan dari konsultan, kegiatan perekonomian sebagai sentral pengrajin noken bisa berjalan. Namun sayangnya setelah pendamping kelompok sadar wisata ini kembali, kegiatan perekonomian sektor pariwisata berhenti.

Dalam evaluasinya, pemerintah dikritik karena tidak melakukan pendekatan yang dapat memicu bergeraknya modal sosial. Kegiatan pembangunan CBT dihalangi oleh prasangka negatif dari warga bahwa pemerintah hanya memobilisasi dan tidak berniat sungguh sungguh untuk meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat. Kesadaran dari masyarakat untuk membangun wilayahnya sebagai destinasi wisata belum dibangun, selain itu norma dan

kesatuan kelompok belum terkonstruksi secara baik. Tanpa kepercayaan, aturan norma, dan jaringan yang kuat, walaupun telah didukung modal ekonomi melalui mekanisme pendanaan PNPM yang sudah berjalan, tidak efektif untuk membangun CBT di Kampung Sereh Jayapura.

V. POTENSI MODAL SOSIAL DAN CBT DI JAWA TIMUR

V.1 Institusi Keagamaan

Jawa Timur menyimpan potensi besar dalam kekuatan kelembagaan secara khusus di institusi keagamaan. Setidaknya Jawa Timur menjadi basis salah satu komunitas Agama Islam yaitu Nahdatul Ulama. Norma norma yang dibangun dari tradisi turun temurun dan kebudayaan pondok pesantren, serta kegiatan kelompok kelompok NU sampai dengan level Rukun Tetangga memperkuat institusi sosial masyarakat.

Pengajian yang rutin, kebiasaan pertemuan sosial melalui sholat berjamaah di mushola atau masjid yang ada di sekitar tempat tinggal warga, dan bahkan sampai dengan kebiasaan religi ziarah makam serta wisata religi ke situs situs para Sunan dan Kyai semakin dapat menggambarkan adanya kohesifitas yang kuat dari institusi agama ini.

Sedangkan untuk wilayah Suku Tengger, juga terdapat kekhasan norma yang dibangun dari basis keagamaan, yaitu agama Budha dan Hindu dengan berbagai tradisi lokal yang masih dipegang erat oleh masyarakat setempat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa Jawa Timur memiliki potensi kekuatan jaringan (*network*) dan ketahanan norma normal kelembagaan sosial yang merupakan dua faktor dalam *social capital*.

V.2 Struktur Sosial dan *Trust*

Dari sisi struktur sosial, Jawa Timur memiliki perbedaan yang kuat dibanding dengan masyarakat di wilayah DIY dan Surakarta. Dimana Masyarakat Jawa Timur sangat egaliter, sedangkan di DIY dan Surakarta memiliki pembatas strata sosial yang jelas antara priyayi dan masyarakat jelata. Dari pengamatan peneliti, masyarakat Jawa Timur memiliki *trust* dan kesejajaran sosial yang lebih besar dibanding daerah yang disebutkan tadi. Hal ini tentu memperkuat

faktor social capital di masyarakat Jawa Timur secara umum. Maka, jika pembangunan CBT di DIY dan Surakarta berhasil memberdayakan Social Capital dengan efektif, maka bukan tidak mungkin Jawa Timur juga memaksimalkan potensi Social Capitalnya.

Prinsip egaliter dan terbuka serta jujur yang dimiliki masyarakat Jawa Timur akan mampu juga memberi nilai lebih pada wisatawan yang datang. Sependapat dengan Surwiyanta (2003) menekankan bahwa dampak pembangunan dan pengembangan pariwisata membawa konsekuensi sosial budaya, secara positif berupa adanya kesempatan kedua pihak saling mengenal kebudayaan dan memberi kesempatan kepada kedua belah pihak mengenal sikap dasar dan kebudayaan yang dimiliki dan ini dapat terjadi pada masyarakat Jawa Timur yang terbuka.

V.3 Proses Menggerakkan Modal Sosial untuk CBT di Jawa Timur

Dengan potensi yang dimiliki Social Capital yang dimiliki oleh Jawa Timur seperti telah disebutkan diatas, maka perlu dilakukan analisis bagaimana model yang paling tepat untuk menggerakkan modal ini bersama dengan modal yang lain seperti modal financial untuk mendukung pembangunan dan optimalisasi CBT sebagai langkah mendukung pariwisata di Jawa Timur.

Shrestha (2015) menggambarkan proses bagaimana mengkolaborasikan potensi *social capital* dan merespon bantuan atau mobilisasi dari luar sistem modal sosial tersebut agar dapat digunakan untuk memaksimalkan proses pembangunan dan menjadi program yang berdampak. Digambarkan dalam alur dibawah ini:

Figur 1. *Building of Social Capital within the Framework of Community Based Tourism Development*, diadaptasi dari Shrestha (2015)

Mengadopsi dari model Shrestha diatas, untuk dapat membangun *Community Based Tourism* memang memerlukan dua faktor utama yaitu penggerak dan pemicu. Tanpa *trigger* yang tepat, program penggalakan pariwisata berbasis masyarakat yang dilakukan tidak akan dapat berjalan. Program hanya akan berjalan ketika pemerintah menggerakkannya, namun mekanisme natural dari masyarakat untuk menjalankan proses pariwisata belum terbentuk. *Triggers* dapat berupa kesamaan tujuan dari masyarakat, kesadaran membangun perekonomian bersama, kondisi atau situasi darurat tertentu, maupun dalam bentuk ketokohan baik secara politis maupun agamis. Shrestha, menggambarkan manifestasi dari pembangunan baru dapat muncul ketika CBT didukung oleh mekanisme sosial capital yang ada. Melalui pendampingan sosial capital, pembangunan pariwisata berbasis masyarakat akan lebih efektif dan berdampak (baik pada kinerja kerjasama, level Individu, dan level komunitas). Mengingat potensi adanya modal sosial di Jawa Timur pada kelompok-kelompok berbasis religius dan kebudayaan sudah terbentuk, maka untuk dapat mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat akan lebih mudah, hanya diperlukan penggerak berupa *political will* yang kuat dari pemerintah serta mencari *trigger* yang tepat untuk dapat memperkuat pariwisata berbasis masyarakat.

VI. KESIMPULAN

Pembangunan pariwisata menjadi salah satu alternative pengembangan ekonomi daerah. Selain memberikan sumbangan PDB yang tidak sedikit, pembangunan pariwisata terutama yang berbasis masyarakat akan menggerakkan kondisi sosial ekonomi kelompok masyarakat itu sendiri. *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pendekatan pembangunan pariwisata menjadi bentuk perencanaan dan implementasi yang partisipatif. Nurhidayati (2007) mendefinisikan CBT sebagai 1) bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata, 2) masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, 3) menuntut kemampuan pemberdayaan secara politis dan demokratis serta adanya keadilan distribusi keuntungan kepada masyarakat yang kurang beruntung di pedesaan. Investasi di bidang pariwisata secara khusus CBT merupakan alternatif yang menarik.

CBT dan Social Capital adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Belajar dari kegagalan kasus di Pembangunan CBT di Desa Wisata di Kampung Sereh, Jayapura dimana penguatan modal sosial dan mekanisme pengolahan potensi sosial tidak terjadi dengan baik, maka perlu diperhatikan bahwa modal sosial memerlukan *triggers* untuk menggerakkan kesatuan hati dari kelompok tersebut agar bersama menggunakan modal sosialnya. Disisi lain, penggerak (*drivers*) berupa bantuan dana dari pemerintah ataupun investor tetap diperlukan agar dampak dari CBT dapat terasa. Kesemuanya itu diolah dalam mekanisme modal sosial yang sudah secara alamiah bekerja. Tanpa *triggers* yang menggerakkan masyarakat mustahil mekanisme modal sosial bekerja, dan jika modal sosial tidak bekerja; maka dampak simultan dari CBT tidak akan bertahan lama, mengingat CBT bersifat partisipatif dan untuk tujuan keuntungan seluruh anggota masyarakat sadar wisata yang membangun CBT tersebut.

Potensi kohesifitas pada umat Islam melalui kelembagaan keagamaan seperti Nahdatul Ulama berperan sangat besar dalam mendukung tercapainya CBT di Jawa Timur, mengingat kekuatan modal sosial yang sudah ada pada komunitas tersebut. Yang diperlukan adalah kepemimpinan yang mampu menciptakan *triggers* agar pembangunan sektor pariwisata dapat berjalan didukung mekanisme modal sosial yang sudah ada, sehingga harapannya CBT lebih berkelanjutan, mengingat modal sosial termasuk modal yang tidak akan habis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsjah,Iqbal. 2016. *Paparan Kementerian Pariwisata RI untuk KIDi ke 6. Disampaikan pada 22 Septermber 2016*
- Coleman.J.S.1994. *Foundation of social theory. Cambrige MA:Belknap Press*
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset*
- Fu, Qianhong. 2004. *Paper: Trust, Social Capital, and Organizational Effectiveness. Virginia: Master of Public and International Affair Department Virginia Polytechnic Institute*
- Fukuyama, Francis. 2005. *Guncangan Besar: Kodrat Manusia dan Tata sosial Baru. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*
- Kusuma, Uma;Satria, Dias; Manzilati, Asfi. 2017. *Modal Sosial dan Ekowisata: Studi Kasus di Bangsring Underwater, Kabupaten Banyuwangi. JIEP Vol 17. Hal 1-30*
- Kusuma,A.2015. *Nilai-nilai Modal Sosial yang Terkandung dalam Perkembangan Pariwisata di Kota Solo. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol 22, hal 65-84*
- Neuman, Lawrence.2013. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif; edisi 7. Jakarta: Indeks.*
- Nugroho, Heru. “Garda Terdepan Penjaja “Komoditi Budaya””, *Jurnal Sosial Politik (JSP).Vol 1 no1 Juli 1997*
- Nurhidayati, 2012. *Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu , Jawa Timur. Jurnal Jejaring Administrasi Publik. Vol 4(1). hal.36-46*
- Nurhidayati, 2007. *Community based tourism sebagai pendekatan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Jurnal masyarakat, kebudayaan, dan politik. vol20(3)hal.31-44*
- Nyanguena, Wilfred. 2014. *Social Networks/Capital in Sustainable Agriculture. Mimeo. UN Expert Group Meeting on Sustainable Land Management and Agricultural Practices in Africa. Diunduh dari <https://sustainabledevelopment.un.org>*

- Ratman, Dadang R. 2016. Paparan Pembangunan Destinasi Pariwisata Prioritas. Disampaikan pada Rakornas Kementerian Pariwisata 27 Januari 2016*
- Shrestha, Ram Krishna. 2015. "Building Social Capital within the Framework of Agricultural Cooperatives Development in Rural Nepal." International Journal of Asian Business and Information Management. 6(3).Hal 26-38*
- Sunaryo, Bambang. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gavamedia*
- Surwiyanta, Ardi. Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi. Jurnal Media Wisata, Vol2.No1, November 2003*