

MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI PARIWISATA (KASUS DAERAH OBYEK WISATA COLO KABUPATEN KUDUS)

Oleh:

Galang Hendry Syahriar¹⁾, Darwanto²⁾

¹⁾ Alumni FEB Universitas Diponegoro

²⁾ Staf Pengajar FEB Universitas Diponegoro

Email: galanghendrys@gmail.com

ABSTRACT

Regions that have potential of natural and religious tourism can be developed to sustain the community's economy. However, this potential has not been explored because of the management that has not been well-organized and the high interests of stakeholders. This study explores how the image of form, the interaction of institutions and social capital in the community area of Tourism Object Colo. The research method uses qualitative method with phenomenological approach. The results showed that Colo's villagers have formed an institution in the form of supporting mass organizations tourism and forms main management to coordinate each other. However, the interactions between the concerned stakeholders are still minimal, so they are still blaming each other for the authority and responsibilities of the parties so that tourism development tends to be slow.

Keywords: *Tourism, Social capital, Institution, Qualitative*

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Kontribusi sektor pariwisata terhadap total PDRB Provinsi Jawa Tengah dalam kurun waktu tahun 2009-2012 menunjukkan perkembangan yang fluktuatif dengan kecenderungan meningkat dari 3,24% pada tahun 2009 menjadi 3,28% pada tahun 2012. Kondisi ini menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap kondisi perekonomian Jawa Tengah semakin meningkat.

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

Di Kabupaten Kudus terdapat sebuah wisata religi makam Sunan Muria, wisata alam berupa Air Terjun Monthel, wisata alam Renjenu dan wisata

Kebun Kopi yang berlokasi di kawasan Gunung Muria tepatnya di Desa Colo. Tempat tersebut banyak dikunjungi oleh para wisatawan yang datang untuk berziarah atau hanya sekedar menikmati keindahan alam. Potensi tersebut memberikan peluang bagi masyarakat setempat untuk memanfaatkan kesempatan untuk membuka lapangan pekerjaan di lingkungan daerah wisata Gunung Muria yaitu misalnya dengan berdagang, menawarkan jasa-jasa, serta usaha-usaha pendukung lain yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

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

mampu memediasi dalam pengembangan pariwisata ataupun menyelesaikan masalah-masalah yang timbul di masyarakat akibat pengembangan pariwisata. Kelembagaan yang dimaksud tersebut akan mampu memberikan sumbangan terciptanya modal sosial di masyarakat. Masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi akan membuka kemungkinan menyelesaikan kompleksitas persoalan dengan lebih mudah.

Pongponrat dan Chantradoan (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa komponen modal sosial menyebabkan partisipasi induksi dari masyarakat setempat yang memiliki rasa yang kuat milik kampung halaman mereka, dan dengan saling menghormati satu sama lain, sehingga memungkinkan mereka untuk bekerja untuk mereka pengembangan pariwisata lokal. Modal sosial muncul secara signifikan sebagai mekanisme utama yang mendorong dan menarik orang untuk berpartisipasi dalam lokal mereka pengembangan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi gambaran bentuk kelembagaan dan modal sosial masyarakat sekitar Obyek Wisata Colo dan mengetahui bentuk interaksi antar stakeholders yang mempunyai kewenangan di sana.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah Bagaimana gambaran bentuk kelembagaan dan modal sosial masyarakat dalam pengembangan pariwisata dan Bagaimana interaksi sosial yang terjadi antar stakeholders dalam pengembangan pariwisata di kawasan Obyek Wisata Colo.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (UU RI No. 10 Tahun 2009).

Proses pembangunan pariwisata berkaitan erat dengan berbagai aspek dan komponen pembangunan, baik pembangunan masyarakat maupun pembangunan Negara dan Bangsa. Agar semua komponen tersebut dapat memperoleh manfaat dari pengembangan pariwisata secara proposional dan memberikan kontribusi yang sesuai dengan pengembangan pariwisata, maka pengembangan pariwisata umumnya diarahkan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan berkelanjutan dan pendekatan pasar. Pengembangan pariwisata tidak bertujuan mengeksploitasi sumberdaya wisata namun diupayakan untuk memberdayakan sumberdaya tersebut sehingga dapat memberikan manfaat yang

sebaik-baiknya bagi masyarakat yang tinggal di lokasi obyek wisata (Fandeli, 1995).

2. Teori Kelembagaan

Mubyarto (2000) mendefinisikan kelembagaan (*institution*) adalah organisasi atau kaidah-kaidah baik formal maupun informal, yang mengatur perilaku dan tindakan anggota masyarakat tertentu baik dalam kegiatan rutin sehari-hari maupun dalam usahanya mencapai tujuan tertentu. North (1990) dalam Utami (2011) mengemukakan kelembagaan adalah suatu pola hubungan dan tatanan antara anggota masyarakat atau organisasi yang saling mengikat, diwadahi dalam suatu jaringan atau organisasi, yang dapat menentukan bentuk hubungan antar manusia atau antara organisasi dengan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa norma, kode etik aturan formal dan non-formal untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang diinginkan.

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

3. Modal Sosial

Putnam (1995) dan Voydanoff dalam Yuliarmi (2011) mengatakan bahwa modal sosial mengacu kepada ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kinerja agar saling menguntungkan. Dia melihat modal sosial sebagai bentuk barang publik berbeda dengan pengaruhnya terhadap kinerja ekonomi dan politik pada level kolektif. Dia menekankan bahwa partisipasi orang-orang dalam kehidupan asosiasional menghasilkan institusi publik lebih efektif dan layanan lebih baik. Modal sosial pada gilirannya menghasilkan sumber daya lebih lanjut yang memberikan kontribusi kepada organisasi sosial masyarakat dan sumber daya jaringan sosial.

Beberapa definisi yang diberikan para ahli tentang modal sosial yang secara garis besar menunjukkan bahwa modal sosial merupakan unsur pelumas yang sangat menentukan bagi terbangunnya kerjasama antar individu atau kelompok atau terbangunnya suatu perilaku kerjasama kolektif. Dalam modal sosial selalu tidak terlepas pada tiga elemen pokok yang ada pada modal sosial yang mencakup :

- a) Kepercayaan/*trust* (kejujuran, kewajaran, sikap egaliter, toleransi, dan kemurahan hati)
- b) Norma/*norms* (nilai-nilai bersama, norma dan sanksi, aturan-aturan)

- c) Jaringan sosial/*social networks* (partisipasi, resiprositas, solidaritas, kerjasama)

4. Kepercayaan (*Trust*)

Fukuyama (2002) berpendapat unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) yang merupakan perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Dengan kepercayaan (*trust*) orang-orang akan bisa bekerja sama secara lebih efektif. Modal sosial di negara-negara yang kehidupan sosial dan ekonominya sudah modern dan kompleks. Elemen modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) karena menurutnya sangat erat kaitannya antara modal sosial dengan kepercayaan.

Sukses ekonomi masyarakat negara yang menjadi sampelnya tersebut disebabkan oleh etika kerja yang mendorong perilaku ekonomi kooperatif. Kita tidak bisa lagi memisahkan antara kehidupan ekonomi dengan kehidupan budaya. Sekarang ini faktor modal sosial sudah sama pentingnya dengan modal fisik, hanya masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan sosial yang tinggi yang akan mampu menciptakan organisasi-organisasi bisnis fleksibel berskala besar yang mampu bersaing dalam ekonomi global. Solidaritas adalah salah satu faktor perekat dalam gerakan modal sosial. Karena rasa solidaritas masyarakat bisa menyatukan persepsinya tentang hal yang ingin mereka perjuangkan.

5. Norma (*Norms*)

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

Lawang (2005) menyebutkan norma tidak dapat dipisahkan dari jaringan dan kepentingan. Kalau struktur jaringan itu terbentuk karena pertukaran sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih, sifat norma kurang lebih sebagai berikut yaitu norma itu muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan, artinya kalau pertukaran itu keuntungan hanya dinikmati oleh salah satu pihak saja, pertukaran sosial selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Karena itu, norma yang muncul disini, bukan sekali jadi melalui satu pertukaran saja. Norma muncul karena beberapa kali pertukaran yang saling menguntungkan dan ini dipegang terus-menerus menjadi sebuah kewajiban sosial yang harus dipelihara.

6. Jaringan Sosial (*Social Networks*)

Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Intinya, konsep jaringan dalam kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif (Lawang, 2005). Selanjutnya, jaringan itu sendiri dapat terbentuk dari hubungan antar personal, antar individu dengan institusi, serta jaringan antar institusi. Sementara jaringan sosial (*networks*) merupakan dimensi yang bisa saja memerlukan dukungan dua dimensi lainnya karena kerjasama atau jaringan sosial tidak akan terwujud tanpa dilandasi norma dan rasa saling percaya.

7. Pengembangan Pariwisata Berbasis

Masyarakat (*Community Based Tourism*)

Dengnoy (2003) dalam Nugroho dan Aliyah (2013) menyatakan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) dikembangkan berdasarkan prinsip keseimbangan dan keselarasan antara kepentingan berbagai *stakeholders* pembangunan pariwisata termasuk pemerintah, swasta dan masyarakat. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat bertujuan untuk: 1) memberdayakan masyarakat; 2) meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata agar dapat memperoleh keuntungan ekonomi, sosial budaya dari pembangunan pariwisata; 3) memberikan kesempatan yang seimbang kepada semua anggota masyarakat. Oleh karena itu pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menuntut koordinasi dan kerja sama serta peran yang berimbang antara berbagai unsur *stakeholders* termasuk pemerintah, swasta dan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan metodologi penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Denzin dan Lincoln (1994) menganggap metodologi kualitatif mampu menggali pemahaman yang mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dalam rangka memahami kondisi

interaksi sosial dari sisi kelembagaan yang terjadi di masyarakat di kawasan Obyek Wisata Colo secara mendalam dengan latar alamiah tanpa adanya intervensi atau manipulasi baik dari penulis sendiri maupun dari pihak lain.

1. Fenomenologi

Penelitian ini menggunakan model pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi (Moleong, 2005). Fenomenologi berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang dalam situasi tertentu. Menurut Husserl, dalam setiap hal manusia memiliki pemahaman dan penghayatan terhadap setiap fenomena yang dilaluinya dan pemahaman dan penghayatan tersebut sangat berpengaruh terhadap perilakunya (Herdiansyah, 2009: 66). Penulis menggunakan model fenomenologi dalam pendekatan kualitatif dimana model ini berusaha memahami arti dari suatu peristiwa yang terjadi karena adanya interaksi dari pihak-pihak yang terlibat, dimana pihak-pihak yang terlibat tersebut memiliki pemahaman atau interpretasi masing-masing terhadap setiap peristiwa yang akan menentukan tindakannya.

2. Pengumpulan Data

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

3. Informan Penelitian

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

4. Teknik Analisis Data

Herdiansyah (2009) mengungkapkan proses analisis data dalam penelitian kualitatif sudah dimulai dan dilakukan sejak awal penelitian hingga penelitian selesai. Hal ini berarti, setiap peneliti melakukan proses pengambilan data, peneliti

langsung melakukan analisis dari data tersebut seperti pemilahan tema dan kategorisasinya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman. Model analisis data ini memiliki empat tahapan, yaitu tahap pertama pengumpulan data, tahap kedua reduksi data, tahap ketiga *display* data, dan tahap keempat penarikan kesimpulan serta verifikasi data.

5. Reliabilitas dan Validitas

Salah satu syarat mutlak dalam penelitian adalah validitas dan reliabilitas yang optimal. Tujuan dari validitas dan reliabilitas itu sendiri adalah untuk mengoptimalkan *rigor* penelitian. Lincoln dan Guba (1985) dalam Herdiansyah (2009) menganggap *rigor* merupakan tingkat atau derajat dimana hasil temuan dalam penelitian kualitatif bersifat autentik dan memiliki interpretasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Validitas, reliabilitas, dan objektivitas dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran serta *stakeholders* dan masyarakat dalam perkembangan dan pengembangan potensi pariwisata di kawasan Obyek Wisata Colo sangat penting sekali. Selain dalam pelestarian alam, adat dan budaya yang ada di sana juga mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Kudus khususnya masyarakat sekitar kawasan Obyek Wisata Colo. Sektor pariwisata yang ada di Desa Colo mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja dan memberikan efek dalam mengurangi pengangguran dan terciptanya lapangan pekerjaan di desa tersebut. Meskipun permasalahan kurangnya kolaborasi antar *stakeholders* dan sarana prasarana belum sepenuhnya teratasi namun dari sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi yang nyata pada PAD di Kabupaten Kudus.

1. Kelembagaan Lokal

Dalam mengembangkan dan mendukung pariwisata berbentuk ekowisata di Desa Colo para tokoh masyarakat dan pemerintah desa membentuk sebuah paguyuban Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dengan nama Padang Bulan yang diketuai Muhammad Shokib. Pembentukan Pokdarwis ini sangat diperlukan agar pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat lebih terarah dan terakomodir.

Pembentukan Pokdarwis sangat penting dalam mendukung perkembangan pariwisata yang ada di desa. Selain peran Pokdarwis dalam pengembangan pariwisata langsung Pokdarwis mempunyai peran lain seperti yang di ungkapkan Muhammad Shokib selaku ketua Pokdarwis yaitu:

“Pokdarwis kan suatu wadah, dari disitu pengelolaan untuk memudahkan dalam koordinasi kelompok masyarakat seperti ojek, ada kelompok pedagang, karang taruna, ada PMPH (Paguyuban Masyarakat Pelindung Hutan) masuk di Pokdarwis”

Jadi salah satu dari podarwis yaitu suatu wadah untuk mempermudah kordinasai antar paguyuban/kelompok masyarakat yang ada di Desa Colo. Masyarakat Desa Colo yang mempunyai kepedulian dalam pengembangan pariwisata mulai berkolaborasi dengan masyarakat non pemerintahan yang mengelola kepariwisataan serta masyarakat Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dalam usaha menunjang pariwisata membentuk beberapa paguyuban atau kelompok dari kelompok dagang sampai kelompok jasa ojek. Dengan menyatukan kelompok-kelompok masyarakat yang mendukung dan memanfaatkan pariwisata disana akan mempermudah dalam menyatukan visi misi mereka untuk pengembangan pariwisata dan tidak terkesan berjalan sendiri-sendiri.

Wawancara dengan Pokdarwis menjelaskan bahwa mencoba memberikan alternatif pengembangan pariwisata konsep ekowisata karena dinilai pada wisata religi mungkin tidak ada pengembangan pariwisata dan pengelolaan hanya begitu-begitu saja meskipun wisata religi di Makam Sunan Muria masih merupakan *icon* utama dalam menarik para wisatawan. Sudah beberapa tahun ini pengembangan pariwisata berupa wisata kebun kopi mulai dilakukan oleh Pokdarwis, PMPH dan Kelompok Tani. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat sangat cocok dengan konsep pengembangan ekowisata, konsep tersebut dirasa sangat cocok bila dikembangkan di daerah Colo. Wawancara dengan Widjanarko sebagai informan dari pihak akademisi yang merupakan direktur *Muria Research Center (MRC)* Indonesia menyatakan :

“Kalau pendapat saya sih ekowisata ada kegiatan yang berhubungan wisata yang akrab lingkungan yang dikelola masyarakat, jadi saya melihat peluangnya di Colo itu besar”

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa konsep ekowisata sangat cocok bila diterapkan di Desa Colo. Melihat dari potensi wisata alam dan keanekaragaman hayati dan termasuk wisata religi yang sangat potensial di sana masyarakat bisa menciptakan wisata yang akrab dengan lingkungan yang desainnya dan pengelolaanya dari masyarakat lokal. Muria sangat menarik bila bisa dimanfaatkan dan dikelola masyarakat Colo sendiri. Selain itu bisa digabung dengan beberapa tradisi masyarakat lokal yang sangat unik seperti tradisi sedekah bumi atau wiwitan. Sehingga ketika orang datang itu tidak hanya berziarah ke makam Sunan Muria namun ada wisata menarik lain yang disajikan.

2. Modal Sosial

2.1. Modal Sosial Bentuk Jaringan

Masyarakat Desa Colo dituntut untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata berbasis modal sosial yang ada di masyarakat. Modal sosial dengan didasari imbal balik antara norma dan kepercayaan antar masyarakat ataupun antar kelompok masyarakat dalam suatu jaringan akan mengoptimalkan potensi yang ada di masyarakat. Modal sosial yang ada di masyarakat biasanya dikemas dalam bentuk kelembagaan lokal atau kelompok-kelompok organisasi masyarakat yang membentuk sebuah jaringan untuk mencapai tujuan yang sama serta didasari saling kepercayaan dan norma. Kelembagaan lokal tersebut akan memberikan sumbangan dalam meningkatkan modal sosial masyarakat sekitar.

Hampir seluruh paguyuban atau organisasi masyarakat tersebut diketuai oleh satu ketua kelompok umum yang juga sebagai ketua Pokdarwis Padang Bulan yaitu Muhammad Shokib. Joni Awang S sebagai kepala desa turut menyetujui pernyataan tersebut :

“ Tujuannya itu mensinkronasikan semua kegiatan yang ada di desa dan organisasi agar menjadi satu dan tidak berbeda beda tujuannya, dengan di pimpin 1 ketua umum biar terjadi satu kebersamaan sehingga tidak ada perbedaan diantara kita”

Pada pernyataan diatas menyatakan bahwa tujuan dipilihnya satu ketua umum itu untuk menselaraskan tujuan dalam mendukung pengembangan pariwisata sehingga bila ada permasalahan yang timbul antar kelompok ataupun dengan masyarakat akan segera terselesaikan karena terjalin koordinasi dan saling percaya antar kelompok masyarakat. Dibentuknya ketua umum juga akan membentuk norma-norma dan aturan yang relatif sama sehingga dalam kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh beberapa kelompok masyarakat bisa berjalan tertib, aman dan nyaman.

Dari wawancara dengan Ali Syahroni anggota ojek kelompok 8 menjelaskan bahwa penyerahan amanah sebagai ketua umum untuk memimpin berbagai ormas masyarakat harus dari orang yang berpengaruh dan disegani di Desa, agar anggota kelompok dengan SDM yang rendah mau menghormati aturan aturan yang di bentuk.

Parmanto sebagai ketua paguyuban dagang kinanti berpendapat :

“Bukannya di bentuk begitu tapi keinginan dari organisasi menginginkan kalau pak Muhammad Shokib itu menjadi ketuanya walaupun dulu pak Muhammad Shokib itu hanya menjadi ketua ojek di Colo”

Pembentukan ketua umum untuk seluruh ormas yang ada di Desa Colo ini bukan terjadi begitu saja atau dari pihak tertentu tapi dari

keinginan masyarakat yang meyakini dan percaya bahwa pak Muhammad Shokib ini mampu memimpin. Pengkolaborasi antar kelompok masyarakat atau paguyuban merupakan wujud dari modal sosial bentuk jaringan yang timbul dari kepercayaan organisasi masyarakat terhadap seorang tokoh masyarakat. Kepercayaan atau *trust* tersebut akan menimbulkan jaringan yang solid untuk bersama-sama dalam hal sharing, pemecahan masalah yang terjadi di lapangan, maupun pada sistem pengembangan pariwisata.

2.2. Modal Sosial Bentuk Kepercayaan (Trust)

Pertemuan-pertemuan rutin dilakukan oleh Pokdarwis maupun dengan antar kelompok lainnya merupakan salah satu wujud dari modal sosial dalam bentuk kepercayaan. Pertemuan rutin ormas di Desa Colo dilakukan bertujuan untuk saling kordinasi, menjaga silaturahmi dan kekompakan sesama anggota kelompok maupun dengan kelompok lain. Seperti yang dituturkan Muhammad Shokib sebagai Pokdarwis :

“Ada pertemuan, tidak rutin tapi minim 3 bulan sekali kita ketemu. Untuk saling koordinasi, sekarang untuk semua organisasi kegiatan kegiatan sudah berjalan semua”

Dari penuturan diatas menjelaskan pertemuan-pertemuan ada namun tidak rutin untuk Pokdarwis namun pertemuan pertemuan antar kelompok ormas yang ada di masyarakat seperti paguyuban dagang Kinanti yang mengasong (dagang asongan), ojek Colo, P3KW, dan paguyuban pedagang Sinom yang berjualan di sekitar Makam Sunan Muria sudah berjalan rutin setiap bulannya. Banyaknya ormas yang ada di Desa Colo membuat koordinasi ke pengurus induk dilakukan pada waktu-waktu tertentu yang sudah di jadwalkan.

Pada waktu tertentu pengurus kelompok mengadakan pertemuan kepada pengurus induk yang dipimpin ketua umum dalam hal pertanggung jawaban kelompoknya dan membahas permasalahan yang mungkin timbul di lapangan. Muhammad Shokib menambahkan:

“Setiap delapan atau 35 hari itu ada pertemuan, seperti ojek itu malam minggu pon itu ada pertemuan pengurus induk dengan pengurus kelompok. Membahas pertanggungjawaban kelompok ke induk. Tapi malam rabu legi pertemuan di kelompok masing masing”

Kegiatan pertemuan dilakukan sebulan sekali per kelompok membahas permasalahan yang mungkin timbul di lapangan. Selain itu pertemuan rutin dilakukan dengan tujuan untuk menjaga hubungan silaturahmi dan kerekatan sesama anggota dan antar kelompok. Jika didalam pertemuan tidak ada yang perlu dibahas kegiatan

yang dilakukan berupa *istighosah* atau berdoa bersama, agar Tuhan selalu melindungi dan dihilangkan mara bahaya yang mungkin akan menimpa mereka.

Selain membahas tentang masalah kelompok pertemuan tersebut juga mengumpulkan uang kas setiap bulannya. Seperti yang ditegaskan Ali Syahroni anggota ojek kelompok 8:

“kita sebagai anggota setiap bulan sekali kita bayar kas kekelompok masing masing, kasnya itu 17rb, itu kekelompok nanti kelompok setor bendahara induk , dari bendahara induk nanti juga kembali ke kelompok masing masing karena itu uangnya kembali ke kesejahteraan kelompok”

Zainuri ketua ojek kelompok 6 juga membenarkan pernyataan tersebut:

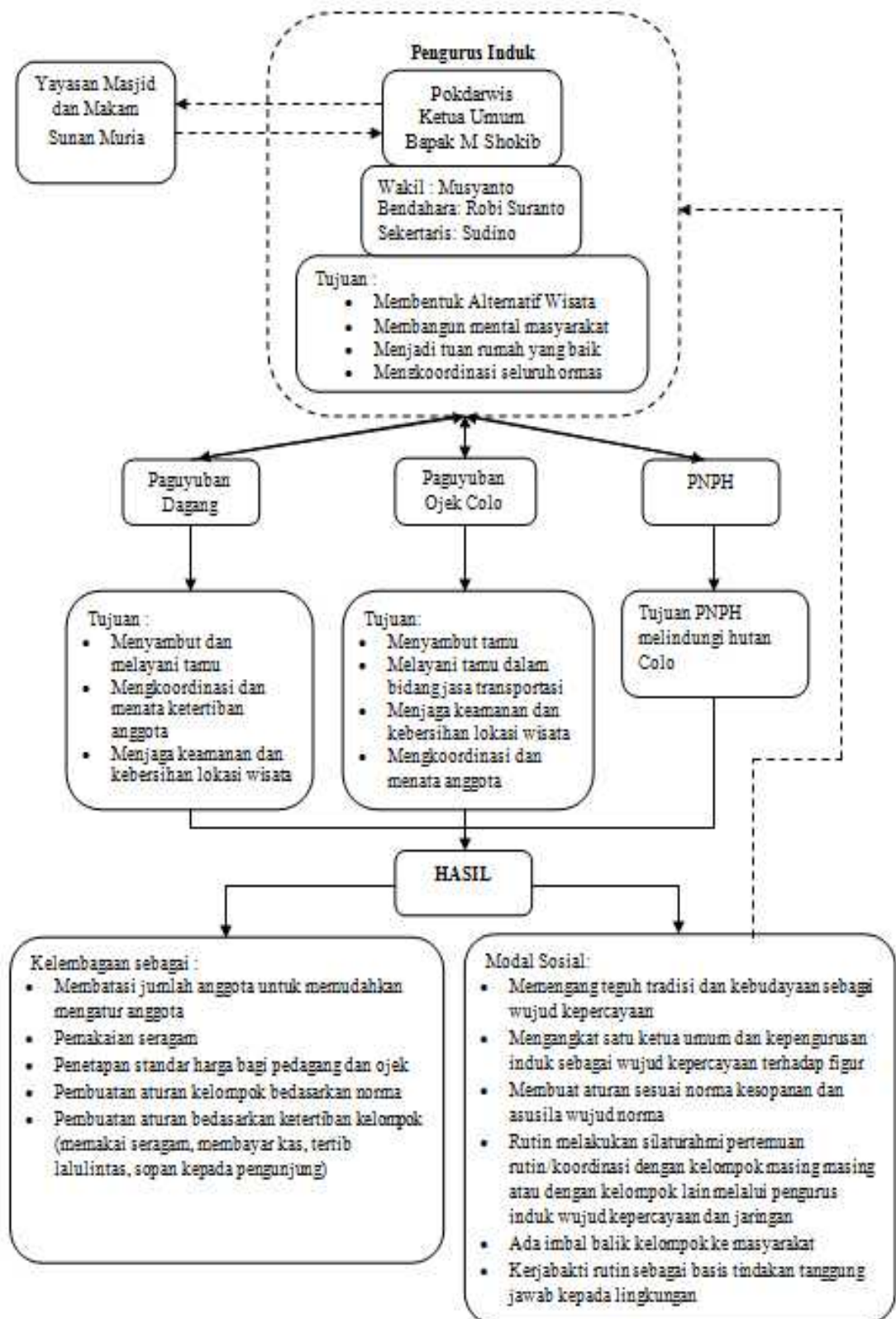
“Ada, perselapan, untuk kelompok-kelompok itu kan beda beda , tapi untuk ke induk itu sama 12,5 juta ke induk untuk ke kelompok biasanya ada 25 ribu perpertemuan, kan ada untuk tuan rumah ada untuk kas kelompok”

Pernyataan pernyataan tersebut menjelaskan bahwa adanya sebuah iuran-iuran kas yang dilakukan oleh kelompok-kelompok ojek. Jumlah iuran kelompok yang bayarkan berbeda beda mulai dari Rp15.000,00 sampai Rp25.000,00 setiap kelompoknya, tergantung dengan dengan kesepakatan kelompok. Dari bendahara kelompok di setorkan ke bendahara induk pada saat pertemuan ke pengurus induk pada malam Minggu Pon. Iuran kas kelompok bertujuan untuk menghimpun sebagian pendapatan anggota ojek dan akan kembali untuk kesejahteraan anggota. Dana kas yang terkumpul digunakan untuk kegiatan-kegiatan anggota, seperti jika kelompok ojek akan mengadakan pengajian atau pertemuan dananya diambil dari uang kas. Selain itu bila ada perbaikan jalan dananya juga di ambil dari kas ojek dan ketika ada salah satu anggota yang terkena musibah dari uang kas ojek akan membantu dari iuran kas tersebut. Bahkan bila ada pembangunan Masjid atau Mushola di Desa akan di bantu melalui dana kas Ojek.

2.3. Modal Sosial Bentuk Norma (Norms)

Selain tujuan untuk memberikan keamanan dan kenyamanan, para paguyuban dagang tersebut juga bertanggung jawab dalam hal kebersihan lokasi wisata. Seperti yang diungkapkan oleh Nur Rohman dalam wawancara di lokasi obyek wisata air terjun Monthel:

“pedagang asongan itu dikelola dan juga ikut bertanggung jawab untuk bersih-bersih, jadi seminggu sekali setiap sore pedagang asongan disini melakukan kerja bakti membersihkan sampah yang ada”



Sumber: Data diolah

Gambar 1. Bentuk Kelembagaan dan Modal Sosial Pendukung Obyek Wisata Colo

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa tanggung jawab untuk kebersihan lingkungan itu merupakan bagian dari tanggung jawab semua masyarakat dan anggota paguyuban. Lingkungan yang bersih akan menciptakan kenyamanan bagi

pengunjung atau wisatawan. Pernyataan tersebut juga diutarakan oleh Ali Syahrani :

“kerja bakti setiap sebulan sekali membersihkan jalan yang sering kita lewati , sampai naik kemakam lagi, itu tanggung jawab ojek , itu kan jalan yang naik tadi itu tanggung jawab

dari ojek terus semua ormas yang ada di sini termasuk yayasan masjid dan makam sunan muria itu juga ikut menanggung atas jalan tersebut ,kalau ada retak atau macam macam itu tanggung jawab kita bersama.”

Penjelasan Ali Syahroni tersebut menunjukan bahwa kerja bakti dalam merawat lingkungan atau jalan yang dilewati sehari-hari tersebut merupakan tanggung jawab dari ormas masyarakat dan masyarakat yang memanfaatkan akses jalan tersebut, jadi bila terjadi kerusakan itu merupakan tanggung jawab bersama dari ormas masyarakat seperti ojek maupun Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria. Kerja bakti rutin satu bulan sekali dilakukan untuk merawat jalan tersebut untuk mencegah kerusakan yang parah.

3. Bentuk Interaksi Sosial Antar Stakeholders Berupa Koordinasi dan Kolaborasi

Koordinasi pengembangan pariwisata tidak hanya secara lintas wilayah, koordinasi lintas sektoral juga mutlak diperlukan. Pengembangan pariwisata tidak dapat diserahkan hanya ke tangan salah satu sektor, sebab setiap pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Colo sesungguhnya sangat multidimensional dan kompleks. Penataan ruang kawasan wisata misalnya, tidak hanya diserahkan kepada pemerintah atau Dinas Pariwisata, sebab fungsi yang dijalankan oleh instansi itu hanya terbatas pada penanganan fisik semata. Sebaliknya, ia harus ditangani secara terkoordinasi dengan Perhutani, KBM JLPL sesuai dengan fungsinya masing-masing dan masyarakat di sekitar kawasan, maupun wisatawan dan pelaku industri pariwisata ikut memperoleh keuntungan dari penataan kawasan itu.

Kolaborasi antara Dinas Pariwisata dengan pihak desa baik dari pemerintah desa Colo ataupun kelompok masyarakat harus terjalin dengan baik agar tujuan dari pengembangan pariwisata segera terwujud. Wawancara dengan Jamian sebagai pihak Dinas Pariwisata Kudus menjelaskan:

“yang jelas untuk dari kolaborasi masyarakat dengan pemerintah kita sering mengadakan informasi sehingga masyarakat tidak ketinggalan. Karena ada kolaborasi baik melalui TIC (Tourist Information Center) sekarang sudah menyesuaikan dengan globalisasi”

Kolaborasi yang dilakukan oleh pihak Dinas dengan Pemerintah Desa berupa saling memberikan informasi terbaru atau *sharing* tentang pengembangan pariwisata. Selain itu dari Dinas Pariwisata Kudus melakukan penyuluhan dalam pengembangan pariwisata sesuai dengan perkembangan era globalisasi. Selain itu Dinas Pariwisata Kudus melakukan promosi-promosi pada event TIC.

Koordinasi dalam pengembangan pariwisata secara terpadu, konsisten dan berkelanjutan. Sesungguhnya sudah saatnya mencari tindakan solutif untuk mengganti paradigma lama pengelolaan pariwisata di Obyek

Wisata Colo yang masih bertumpu pada hubungan-hubungan vertikal antar *stakeholders*, menjadi paradigma baru yang mengedepankan hubungan-hubungan horizontal dan diagonal antara pihak-pihak yang berkepentingan. Di dalam paradigma ini hubungan antara satu pelaku dengan pelaku lainnya tidak boleh dibatasi oleh struktur-struktur dan mekanisme-mekanisme kelembagaan yang kaku tapi *inefisien*, melainkan struktur dan mekanisme yang *fleksibel* tanpa mengurangi peran, hak dan kewajiban masing-masing pelaku. Oleh karena itu diperlukan suatu wadah kelembagaan yang memfasilitasi kerjasama dan koordinasi serta melibatkan beragam pihak dan profesi yang terkait dengan pengembangan pariwisata seperti yang dilakukan oleh Pokdarwis Padang Bulan.

Muhammad Shokib sebagai Pokdarwis juga membenarkan pernyataan dari Dinas Pariwisata:

“Kolaborasi dari pihak Dinas Pariwisata ada, mungkin kita sharing, penyuluhan , pelatihan pelatihan”

Sharing yang dilakukan antara pihak Dinas berupa penataan penataan yang akan dilakukan di kawasan Obyek Wisata Colo agar kegiatan pariwisata ataupun pendukung pariwisata tidak kacau. Penataan-penataan tersebut meliputi penataan akomodasi transportasi, parkir, dan pedagang yang ada di terminal Colo. Jamian dari Dinas pariwisata pun menambahkan:

“sering ada interaksi dengan pokdarwis dengan mengadakan interaksi berupa pelatihan pelatihan dengan Pokdarwis, dan pokdarwis itu tangan kanan dari Dinas Pariwisata yang tahu persis keadaan disana ya pokdarwisnya itu”

Interaksi bukan hanya terjadi pada Dinas Pariwisata dengan masyarakat. interaksi dan kolaborasi juga harus terjadi pada pihak-pihak lain seperti Perhutani maupun Pihak ke 3 yang diberi kewenangan dalam pengelolaan wisata alam Obyek Wisata Colo. Dalam hal ini Jamian memaparkan :

“Kita juga koordinasi dengan KBM sesuai dengan wisata alam monthel sering koordinasi, tapi untuk pembagian dengan desa belum ada masih dalam penjajakan-penjajakan karena perhutani ingin menguntungkan masyarakat sana”

Koordinasi dengan pihak perhutani yang mengelola pariwisata yaitu KBM JLPL ada dalam hal promosi wisata yang dilakukan dari pihak Dinas Pariwisata. Hal tersebut dibenarkan oleh Agus Moreno sebagai Pihak ketiga yang mengelola wisata alam di Obyek Wisata Colo:

“Bekerjasama dengan dinas pariwisata, untuk wisata kan urusannya dengan dinas pariwisata kita kerjasama mungkin dari dinas pariwisata membantu kita dalam promosi karena salah satu yang kita kelola adalah salah satu icon Kudus”

Koordinasi antara Dinas Pariwisata, Perhutani, dan pihak ketiga sebagai pengelola

sudah terjadi. Namun koordinasi dengan desa masih belum ada karena belum ada titik temu dalam permasalahan pembagian dalam bentuk kewenangan ataupun keuntungan dari obyek wisata. Seperti yang dikemukakan oleh Sapta dari KBM JLPL Semarang:

“Selama ini kita koordinasi kita serahkan pada pihak ketiga, jadi dimediasi pihak ketiga”

Untuk menanggapi pernyataan tersebut Agus Moreno menjelaskan :

“Kita koordinasi dengan desa tapi koordinasinya hanya semacam koordinasi masalah tanam menanam seperti itu”

Koordinasi yang dilakukan oleh pihak ketiga untuk sekarang ini hanya sebatas koordinasi dalam masalah tanam menanam untuk menghijaukan kembali hutan Gunung Muria sedangkan dengan pihak Pokdarwis tidak ada koordinasi ataupun kolaborasi apapun. Dalam dalam hubungan dan koordinasi antara pemerintah desa dengan pihak ketiga, Widjanarko yang sering meneliti kawasan Gunung Muria berpendapat lain:

“Kalau saya melihat ada beberapa kerjasama, perhutani dengan CV matra belum diinformasikan dengan transparan ke pihak desa”

Kolaborasi juga belum terjadi antara Dinas Pariwisata dengan YM2SM maupun dengan pihak perhutani. Pengelolaan Masjid dan Makam Sunan Muria semua dikelola oleh yayasan sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Nur Khudlri sebagai informan dan juga sebagai Sekertaris Umum yayasan :

“Ada hubungan, boleh dikatakan sekedar informasi informasi yang dibutuhkan sehingga belum punya istilahnya kerjasama yang ditulis atau di agendakan dalam suatu keputusan sehingga ada program program yang harus dilaksanakan itu belum ada”

Dari penjelasan diatas hubungan hanya sebatas saling tukar informasi yang dibutuhkan saja. Untuk melakukan kerjasama yang benar-benar dilakukan untuk pengembangan belum terjadi karena masih belum timbul saling percaya diantara dua belah pihak. Dari pihak YM2SM menganggap bahwa pendapatan dari retribusi masuk ke Obyek Wisata Colo itu banyak namun dinilai penataan-penataan untuk kemacetan belum dilakukan sehingga dianggap bahwa peran dari Dinas Pariwisata ataupun Pemerintah Daerah lepas tangan akan hal tersebut.

Nur Khudlri menambahkan :

“Belum ada paket untuk mengemas sehingga menjadi sebuah kebersamaan dalam memajukan pariwisata”

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa YM2SM menganggap belum adanya paket yang mengemas kerjasama antar berbagai pihak yang mempunyai kewenangan di Obyek Wisata Colo ini dalam memajukan pariwisata. Masih terkesan berjalan sendiri-sendiri dan dengan tanggung jawabnya masing-masing. Bila ada masalah pada

salah satu pihak dalam melakukan perannya pihak lain tidak ikut membantu dalam menyelesaikannya.

Kerjasama dan kolaborasi antar pihak yang berwenang dengan masyarakat sekarang sudah mulai terbentuk, meski belum seluruhnya. Seperti berikut ini kolaborasi yang dilakukan oleh beberapa pihak yang berwenang dengan masyarakat desa Colo dalam mengembangkan pariwisata dan meningkatkan kegiatan ekonomi di desa tersebut. Informan Sutopo dari UPT yang merupakan penanggung jawab dari Dinas Pariwisata yang berkerja di Obyek Wisata Colo:

“Kalau ini sudah, jadi seperti warga sini itu, kolaborasi dengan di sini sudah jadi kegiatan yang di desa ya kita ikuti, seperti apa, ada kerja bakti, sedekah bumi, buka luwur dan sebagainya”

Kerjasama dilakukan dalam bentuk pembinaan dan pelatihan dalam tradisi sewu kupat yang beberapa tahun ini dijalankan. Tradisi ini sudah dijalankan sejak lama namun pengemasan dalam bentuk baru dilakukan beberapa tahun ini atas usulan kepala desa sehingga mampu menarik wisatawan untuk hadir dan ikut dalam tradisi ini.

4. Pembahasan dan Diskusi

Dari potensi yang ada di Desa Colo, masyarakat dituntut untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata berbasis modal sosial yang ada di masyarakat. Kelembagaan dalam bentuk kelompok, organisasi atau paguyuban di Desa Colo dalam mendukung pariwisata akan memberikan sumbangan terhadap terciptanya modal sosial dan salah satu langkah awal terjadinya interaksi antar individu satu dengan yang lain, karena dengan terjadinya proses pembentukan kelompok akan terpenuhi kebutuhan dalam berkelompok. Namun muncul komunitas yang ada di pedesaan Costa Rica berada pada posisi yang kurang menguntungkan dalam hal keterampilan, pengalaman dan pengetahuan tentang pariwisata industri dan karena itu memerlukan dukungan kelembagaan untuk informasi, peningkatan kapasitas dan kesempatan jaringan yang berkaitan dengan usaha berbasis masyarakat (Scheyvens, 2003 dalam Trejos & Chiang, 2009). Dalam penelitian Juska dan Koenig (2006) organisasi seperti WCS akan disarankan untuk mendukung pengembangan kapasitas lokal dan mendorong partisipasi representatif dan pengambilan keputusan. Pada akhirnya, investasi pada sumber daya manusia, bukan infrastruktur, akan lebih memadai mempersiapkan menghadapi masa depan dengan atau tanpa ekowisata. Disertasi Nurhidayati (2012) berpendapat sama yaitu pengembangan agrowisata telah mendorong kepedulian komunitas pada penguatan modal sosial. Agrowisata berperan dalam mendukung pengembangan pariwisata dengan

memaksimalkan peran individu dalam jaringan organisasi, aspek *resiprositas* dalam komunitas, peningkatan *trust*, pemerkuatan nilai dan norma sosial, dan peningkatan *networking*.

Kelembagaan dalam arti aturan main (*the rule of the game*) dalam sebuah paguyuban dibentuk untuk membuat sebuah aturan untuk mengatasi masalah yang akan timbul di masyarakat. Hal tersebut juga dilakukan oleh kelembagaan Pokdarwis Padang Bulan dalam mengatur kelompok-kelompok yang tergabung dalam Pokdarwis. Yuliarini (2011) dalam penelitiannya berpendapat institusi merupakan suatu aturan yang mengikat anggota dalam kelompok yang dibentuknya. Aktivitas kelompok yang didasari oleh suatu aturan baik tertulis maupun tidak tertulis dapat dijadikan sebagai pijakan penting terhadap keberlanjutan suatu aktivitas tertentu. Kuatnya modal sosial dalam suatu jalinan yang dibentuk menunjukkan tingginya aset dalam suatu aktivitas usaha.

Koordinasi melalui kepengurusan induk yang diketuai oleh Bapak Muhammad Shokib dan juga sebagai ketua Pokdarwis. Penyatuan kelompok-kelompok masyarakat yang mendukung dan memanfaatkan pariwisata disana akan mempermudah dalam menyatukan visi misi mereka untuk pengembangan pariwisata dan tidak terkesan berjalan sendiri-sendiri. Sebuah ikatan yang kuat dalam komunitas dilengkapi dengan hormat untuk pemimpin mereka memberikan potensi untuk memobilisasi masyarakat terhadap perencanaan partisipatif dalam pengembangan pariwisata lokal. Pamungkas, Pongponrat dan Chantradoan, Trejos dan Chiang setuju mengenai peran kepemimpinan yaitu pembagian peran yang jelas didalam suatu organisasi/komunitas menunjukan bahwa sudah terdapat alur dan struktur yang jelas dalam rangka mencapai tujuan-tujuan pengelolaan pariwisata. Dimana terdapat koordinasi antar elemen didalam organisasi/kelompok tersebut yang mampu bekerjasama kedalam maupun keluar organisasi/kelompok yang menjadi suatu tolak ukur bahwa pengelolaan pariwisata dilakukan dengan baik. Putman (1995) menambahkan kepercayaan sosial pada dasarnya merupakan produk dari modal sosial yang baik. Adanya modal sosial yang baik ditandai oleh adanya lembaga-lembaga sosial yang kokoh; modal sosial melahirkan kehidupan sosial yang harmonis. Prusak dalam Baksh, dkk (2013) menjelaskan modal sosial mengacu pada satu set hubungan aktif antara manusia. Aspek penting meliputi kepercayaan, pemahaman, dan norma-norma dan perilaku. Aspek tersebut telah diidentifikasi sebagai faktor untuk membangun masyarakat dalam jaringan dan memungkinkan kerjasama di antara anggota masyarakat.

Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari peran orang-orang atau pihak-pihak yang mempunyai kewenangan dalam hal tersebut. *Stakeholders* dalam hal ini adalah orang-orang atau lembaga yang mempunyai kewenangan atau

kepentingan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Hal tersebut termasuk para *stakeholders* yang mempunyai kewenangan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di Obyek Wisata Colo. Lovelock (2003) dalam Pamungkas (2010) menyatakan dalam melaksanakan konsep pengembangan pariwisata tentunya diperlukan partisipasi yang cukup baik dari para *stakeholders* yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata berupa kolaborasi dan kerjasama.

Pelaksanaan pengelolaan pariwisata tentunya tidak dapat terlaksana apabila para *stakeholders* yang terlibat ini tidak memiliki kemampuan untuk melaksanakan dan mengembangkannya. Dengan banyaknya kepentingan yang dimiliki oleh *stakeholders* yang terlibat, maka diperlukan kerjasama yang kuat antara para *stakeholders* tersebut. Interaksi berupa kerjasama dan kolaborasi antar pihak yang berwenang dengan masyarakat sekarang sudah mulai terbentuk, meski belum seluruhnya. Dalam hal ini interaksi antar *stakeholders* di Obyek Wisata Cola masih berjalan sporadis, hanya sekedar saling berbagi informasi dan dalam kegiatan tertentu saja. Dari pihak Dinas Pariwisata, Perhutani, Pihak Ketiga, YM2SM, Pokdarwis, dan Pemerintah Desa maupun masyarakat belum ada kolaborasi pengelolaan pariwisata secara langsung berupa paket kegiatan yang terencana dan teragendakan. Kegiatan masih berjalan sendiri-sendiri sesuai kewenangan masing masing pihak. Hal tersebut mengakibatkan pengembangan pariwisata cenderung lambat. Penelitian Okazaki (2008) menjelaskan bahwa peran model *Community Based Tourism* (CBT) akan menilai status masyarakat yang terlibat dalam pengembangan pariwisata dan menentukan inisiatif dalam meningkatkan CBT. Dalam proyek pengembangan pariwisata di Palawan memastikan hubungan antara tujuan komunitas, pemangku kepentingan, dan wisatawan. Model CBT tidak hanya membantu dalam mengidentifikasi unsur-unsur CBT yaitu partisipasi masyarakat, kewenangan, dan retribusi tetapi untuk memulai memikirkan langkah-langkah baru atau strategi kedepan dari pemangku kepentingan. Modal sosial merupakan pelumas dari ketiga elemen tersebut. Macbeth, Carson, dan Northcote (2004) dalam penelitiannya berpendapat *Social, Political and Cultural Capital* (SPCC) merupakan cara pemahaman bagaimana karakteristik sosial masyarakat berkontribusi terhadap inovasi yang sukses dan pembangunan berkelanjutan. SPCC - modal sosial, politik dan budaya ini bekerja di kedua arah ; pengembangan pariwisata tergantung pada tingkat modal sosial , budaya *politicaland* untuk menjadi alat pembangunan daerah yang berhasil sementara pada pengembangan pariwisata saat yang sama dapat dilakukan dengan cara yang memberikan kontribusi untuk SPCC di wilayah tersebut .

Kurangnya interaksi antar stakeholders berupa koordinasi dan kolaborasi secara nyata menyebabkan beberapa pihak saling menyalahkan atas tanggung jawab dan kewenangan masing-masing pihak. Modal sosial dan *trust* dalam masyarakat ekonomi kompleks menyebutkan bahwa kepercayaan bermanfaat bagi penciptaan tatanan ekonomi unggul, karena bisa diandalkan untuk mengurangi biaya. Karena, jika orang-orang bekerja dalam sebuah perusahaan yang saling mempercayai dan bekerja menurut serangkaian norma-norma etis bersama, maka berbisnis hanya memerlukan sedikit biaya (Fukuyama, 2002). Pihak Akademisi Bapak Wijanarko berpendapat bahwa dari pihak desa maupun Pokdarwis seharusnya tahu dan harus mempunyai informasi yang jelas sehingga bisa menginformasikan kepada masyarakat. Harus ada komunikasi yang baik antara kedua pihak tersebut agar tidak terjadi kesalahan informasi. Nadin (2008) menambahkan untuk mencapai keberhasilan pengembangan kegiatan pariwisata, harus dilakukan secara koordinatif dan terpadu antar semua pihak yang terkait sehingga terwujud keterpaduan lintas sektoral dan menghindari terjadinya konflik antar sektor. Pengembangan pariwisata harus diupayakan dapat melibatkan seluruh *stakeholder*. Dalam menyelenggarakan kegiatan pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat, sehingga manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.

Sebagian besar masyarakat Desa Colo memanfaatkan potensi pariwisata yang ada di sana. Potensi itu dimanfaatkan untuk membentuk lapangan pekerjaan seperti menjadi pedagang asongan, pedagang kios, warung, restoran, sampai pedagang makanan atau hasil bumi khas. Selain itu juga ada jasa-jasa transportasi seperti jasa transportasi ojek, persewaan MCK dan jasa penitipan kendaraan bermotor roda dua. Ashar, Khusnul (2011) menyatakan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak utama pertumbuhan ekonomi lokal. Tumbuhnya sektor tersebut telah menumbuhkan sektor-sektor yang terkait dengan pengelolaan kawasan wisata. Misalnya, tingginya kunjungan wisatawan telah berdampak pada meningkatnya penjualan produk-produk pariwisata.

Pendapatan utama masyarakat yang memanfaatkan potensi pariwisata di Obyek Wisata Colo memang bersumber dari wisata religi. Namun akan lebih baik konsep ekowisata yang mulai dijalankan oleh Pokdarwis sebagai wisata alternatif yang dimana masyarakat memanfaatkan potensi alam sekitar, mendesain konsepnya, dan mengelola sendiri sehingga mampu memberikan alternatif *income* bagi mereka. Wihartika (2004) menjelaskan ekowisata selalu dilakukan dalam kawasan berbasis alam. Kondisi alam yang diolah menjadi suatu tempat wisata ataupun disebut sebagai ekowisata yang indah dan memiliki daya tarik wisata akan mempengaruhi perubahan sosial ekonomi. Perubahan sosial ekonomi dilihat dari pendapatan

sektor pariwisata, pendapatan basis dan non basis, peluang kesempatan kerja, pola nafkah ganda, dan perubahan mata pencaharian, yang kemudian mempengaruhi keberlanjutan ekowisata dalam suatu wilayah. Keberlanjutan ekowisata ini dilihat dari potensi pasar dimana pergeseran trend pasar wisatawan "*back to nature*" yang berkembang pesat, berpeluang meningkatkan perekonomian ataupun tingkat pendapatan masyarakat.

5. Temuan Penelitian

Setelah dilakukan analisis mengenai kelembagaan dan modal sosial masyarakat Desa Colo serta interaksi antar *Stakeholders* yang berwenang dalam pengelolaan dan pengembangan Obyek Wisata Colo maka diperoleh temuan penelitian sebagai berikut tabel 1:

Tabel 1. Temuan Penelitian

No.	Temuan penelitian
1	Organisasi masyarakat desa membentuk kepengurusan induk bertujuan menyelaraskan visi dan misi organisasi dalam pengembangan pariwisata serta untuk saling koordinasi dan kolaborasi antar kelompok.
2	Organisasi masyarakat Desa Colo seperti Pokdarwis, PNPH, paguyuban dagang, dan organisasi ojek colo memilih satu ketua umum dari tokoh masyarakat yang dipercaya untuk memimpin ormas di Desa Colo.
3	Perhutani kurang terlibat secara langsung dalam pengembangan pariwisata karena pengelolaan dikerjasamakan dan tanggung jawab diserahkan kepada Pihak Ketiga yaitu CV Matra
4	Minimnya interaksi sosial antar <i>Stakeholders</i> berupa koordinasi dan kolaborasi menyebabkan beberapa pihak seperti Dinas Pariwisata dengan YM2SM, Perhutani dengan Masyarakat, dan Perhutani dengan Dinas Pariwisata saling menyalahkan atas kewenangannya masing-masing.

Sumber: Data diolah

KESIMPULAN

Modal sosial yang ada di kawasan Obyek Wista Colo sudah sangat baik. Melalui tradisi-tradisi lokalnya mampu mempererat rasa saling percaya di masyarakat. Modal sosial juga digunakan masyarakat dengan membentuk kelembagaan lokal atau paguyuban dan organisasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang ada di Obyek Wisata Colo. Paguyuban tersebut antara lain Pokdarwis Padang Bulan, beberapa

Paguyuban Dagang, dan Paguyuban Ojek yang diketuai oleh satu ketua umum untuk mempermudah koordinasi diantara mereka. Namun modal sosial melalui paguyuban-paguyuban tersebut hanya mendukung dan memanfaatkan pariwisata religi dan wisata yang sudah ada. Pariwisata berbasis ekowisata yang mejadi gagasan Pokdarwis yang memanfaatkan potensi alam berupa wisata kebun kopi di masyarakat menjadi alternatif wisata memang sudah mulai dilakukan namun perkembangannya belum terlalu terlihat hasilnya. Hal tersebut dikarenakan hanya sedikit orang yang tahu konsep alternatif wisata yang disajikan. Promosi yang dilakukan oleh Pokdarwis dan melalui kerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus juga belum memberikan hasil. Padahal konsep ekowisata tersebut mampu memberikan alternatif *income* kepada masyarakat lokal.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pengembangan potensi pariwisata di Obyek Wisata Colo sudah mulai berjalan dari *stakeholders* yang mempunyai kewenangan, namun pengembangannya masih berjalan sendiri-sendiri. Hal ini disebabkan karena masih minimnya koordinasi dan kolaborasi antar *stakeholders* yang dalam mengelola potensi wisata yang ada. Koordinasi dan kolaborasi terjadi hanya sebatas saling *sharing* antar pihak *stakeholders*, belum ada suatu paket pengembangan yang mengemas seluruh potensi wisata sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap seluruh *stakeholders*. Hal tersebut mengakibatkan pengembangan pariwisata Obyek Wisata Colo terkesan lambat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashar, K. 2011. *Studi Penguatan Jejaring Kelembagaan Sosial Ekonomi di Kawasan Wisata Jawa Timur Sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Usaha Kecil Mikro (UKM) dan Ekonomi Lokal*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Baksh, R., Soemarno, L. Hakim, dan I. Nugroho. 2013. *Social Capital in the Development of Ecotourism: A Case Study in Tambaksari Village Pasuruan Regency, East Java Province, Indonesia*. Journal of Basic and Applied Scientific Research J. Basic. Appl. Sci. Res. 3(3)1-7 dari TextRoad Publication.
- Bungin, B. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana, Jakarta.
- Denzin, N. K. dan Y.S. Lincoln. 1994. *Handbook of qualitative Research*. Sage, Thousand Oaks, California.
- Fandeli. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty, Yogyakarta.
- Fukuyama, F. 2002. *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Penerbit Qalam, Yogyakarta.
- Herdiansyah, H. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Inayah. 2012. *Peranan Modal Sosial dalam Pembangunan*. Ragam: Jurnal Pengembangan Humaniora Politeknik Negeri Semarang Vol. 12 No. 1.
- Juska, C. dan C. Koenig. 2006. *Planning for Sustainable Community-Based Ecotourism in Uaxatun, Guatemala*. ERB Institute University of Michigan diakses tanggal 6 Juni 2006.
- Lawang, R.M.Z. 2005. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologi Cetakan Kedua*. FISIP UI Press, Depok.
- Macbeth, J., D. Carson, dan J. Northcote. 2004. *Social Capital, Tourism and Regional Development: SPCC as a Basis for Innovation and Sustainability*. Current Issues in Tourism. J. Macbeth et al. Vol. 7 No. 6.
- Moleong, L. J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi revisi*. Rosda, Bandung.
- Mubyarto. 2000. *Membangun Sistem Ekonomi*. BPFE, Yogyakarta.
- Nandi. 2008. *Pariwisata dan Pengembangan Sumberdaya Manusia*. Jurnal "GEA". Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Pendidikan Geografi Vol. 8, No.1.
- Nugroho, P.S, dan I. Aliyah. 2013. *Pengelolaan Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat Sebagai Upaya Penguatan Ekonomi Lokal dan Pelestarian Sumber Daya Alam di Kabupaten Karanganyar*. Jurnal Cakra Wisata Surakarta Vol. 13 Jilid 1.
- Nurhidayati, S.E. 2012. *Pengembangan Argowisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Kota Batu, Jawa Timur. Ringkasan Disertasi*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Okazaki, E. 2008. *A Community-Based Tourism Model: Its Conception And Use*. Journal of Sustainable Tourism Vol. 16 No. 5.
- Pamungkas, G. 2010. *Ekowisata Belum Milik Bersama: Kapasitas Stakeholder Dalam Pengelolaan Ekowisata (Studi Kasus: Taman Nasional Gunung Gede Pangrango)*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota Vol. 24 No. 1.

- Pongponrat, K. dan N.J. Chantradoan. 2012. *Mechanism Of Social Capital In Community Tourism Participatory Planning In Samui Island, Thailand*. *Tourismo: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* Vol. 7 No. 1.
- Putman, R. 1995. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. *Journal of Democracy* Vol. 6 No. 1.
- Trejos, B. dan L.N. Chiang. 2009. *Local Economic Linkages to Community Based Tourism in Rural Costa Rica*. *Singapore Journal of Tropical Geography* 30 (2009) diakses tanggal 30 November 2009.
- Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Utami, N.W.A. 2011. *Aspek Kelembagaan dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Kawasan Wisata Senggigi, Nusa Tenggara Barat*. Tesis. Universitas Udayana, Bali.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. ANDI, Yogyakarta.
- Wihartika, D. 2004. *Dampak Perubahan Permintaan Rekreasi Pantai Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Pesisir di Pantai Lovina, Kabupaten Buleleng, Singaraja, Bali*. Tesis. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Yuliarmi, N.Y. 2011. *Peran Modal Sosial dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan di Bali*. *E-Jurnal Universitas Udayana* Vol 7(2).