

NILAI-NILAI MODAL SOSIAL YANG TERKANDUNG DALAM PERKEMBANGAN PARIWISATA (STUDI KOTA SOLO)

Arifin Fafan Kusuma¹ dan Darwanto²

- 1) Alumni FEB Undip
- 2) Staff Pengajar FEB Undip
arifin.fafan@gmail.com

ABSTRAK

Kota Solo merupakan kota dengan kunjungan tertinggi kedua di Jawa Tengah. Perkembangan pariwisata di Kota Solo tidak lepas dari peran partisipasi masyarakat dalam mengembangkan kepariwisataan di kota ini. Partisipasi masyarakat tidak bisa terpisahkan dari ekonomi pariwisata. Nilai modal sosial yang tertanam merupakan salah satu yang membentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Tindakan bersama berupa partisipasi masyarakat bisa sebagai katalisator penggerak sektor pariwisata agar dapat berkembang secara terus-menerus sehingga merangsang tumbuhnya perekonomian di Kota Solo. Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi peran dan nilai modal sosial dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Penelitian ini menerapkan konsep modal sosial untuk menciptakan pemahaman tentang bagaimana anggapan masyarakat sehingga mampu membentuk atau membangun serta berpartisipasi dalam perkembangan pariwisata. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif serta pengumpulan data melalui metode wawancara semi-terstruktur, FGD (*focus group discussion*) dan pengamatan yang dilakukan di lapangan. Penelitian ini menunjukkan modal sosial melalui partisipasi masyarakat Kota Solo terbangun dari ekspektasi yang mengarah pada perilaku kerjasama hal ini terlihat dari aspek kognitif berupa anggapan masyarakat yang menilai bahwa perkembangan pariwisata mempunyai dampak positif (*what the people feel*) dalam perbaikan ekonomi. Ekspektasi akan kualitas hidup yang lebih baik melalui perkembangan pariwisata mampu mendorong masyarakat dalam membentuk pariwisata dengan cara mengekspresikan dan mengorganisasikan melalui wadah berupa komunitas untuk memfasilitasi partisipasinya dalam perkembangan pariwisata. Wadah ini berfungsi sebagai aktivitas dalam berperan untuk perkembangan pariwisata sehingga dapat tersalurkan (*what the people do*), hal tersebut merupakan bagian dari aspek struktural dalam modal sosial. Aspek kognitif dan aspek struktural dalam modal sosial tersebut mampu membawa masyarakat bersama pemerintah bekerja sama dalam kerangka kerja legal berupa *Calendar of event* dalam mengembangkan pariwisata di Kota Solo.

Kata kunci: Partisipasi masyarakat, Modal Sosial, Perkembangan pariwisata

ABSTRACT

Solo City is a city with the second highest visit in Central Java. Development of tourism in the city of Solo is not separated from the role of community participation in developing tourism in this city. Public participation can not be separated from the tourism economy. Embedded value of social capital is one of the things that make up the community participation in tourism development. Collective action in the form of public participation can be a catalyst driving the tourism sector in order to grow continuously to stimulate economic growth in the city of Solo. The purpose of this study is to explore the role and value of social capital in the development of community-based tourism. This study applies the concept of social capital to create an understanding of how the public perception is capable of forming or building and participate in the development of tourism. This study used a qualitative research methodology and data collection through semi-structured interview method, FGD (Focus Group Discussion) and observations that made in the field. This study shows social capital through participation of Solo community that made up of expectations that leads to cooperative behavior, as seen from the cognitive aspects such as public perception that considers that the development of tourism has a positive impact (what the people feel) in the economic recovery. Expectations of a better quality of life through the development of tourism can encourage people to form a community to facilitate their participation in the development of tourism. This community serves as a place for discussion for the people in expressing their ideas about the development of tourism (what the people do), it is part of the structural aspects of social capital. Aspects of cognitive and structural aspects in social capital are able to bring the community together with government cooperation within the framework of the legal form of the Calendar of events in the development of tourism in the city of Solo.

Keywords : community participation, Social Capital, development of tourism

PENDAHULUAN

Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan dalam proses

pembangunan wilayah dalam memberikan kontribusi untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah maupun masyarakat. Pariwisata

mempunyai peranan penting dalam mendorong kegiatan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memberikan perluasan kesempatan kerja. Peran tersebut ditunjukkan oleh kontribusi kepariwisataan dalam penerimaan devisa Negara yang dihasilkan oleh kunjungan wisatawan, nilai tambah PDRB dan penyerapan tenaga kerja. Hal tersebut telah dinyatakan dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2010 tentang Rencana Jangka Panjang dan Menengah (RPJM) 2010-2014.

Jawa Tengah merupakan salah satu propinsi di Pulau Jawa yang terletak pada jalur perlintasan antara Jawa Barat dengan Jawa Timur, sehingga banyak wisatawan lebih sering melewati Jawa Tengah karena hanya sebagai daerah perlintasan. Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting untuk dikembangkan, sehingga perlu adanya kebijakan dari kelembagaan yang dapat menunjang berkembangnya sektor pariwisata di Jawa Tengah. Apabila semakin banyak wisatawan ditarik untuk berwisata di Jawa Tengah, maka akan berdampak positif dalam pengembangan bisnis wisata. Kota Solo sendiri mempunyai total kunjungan tertinggi nomor dua dengan kunjungan 2.133.848 wisatawan setelah Kota Magelang di Jawa Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Solo mempunyai potensi pariwisata yang cukup bagus untuk mewujudkan *visit* Jawa Tengah.

Kota Solo memiliki banyak potensi pariwisata, ini bisa dilihat dari banyaknya obyek

wisata yang terdapat di Kota Solo terutama wisata budaya. Kota Solo berdiri 2 (dua) Kerajaan Mataram yaitu Keraton Kasunanan Solo Hadiningrat dan Istana Mangkunegaran. Kota ini juga memiliki obyek wisata Taman Sriwedari yang di dalamnya terdapat Museum Radya Pustaka, Pasar Antik Triwindu, Kampung Batik Laweyan dan Kebon Binatang Satwataru Jurug. Kota Solo juga memiliki wisata belanja karena sebagai Kota penghasil batik yang cukup disegani. Banyak sekali dijumpai di sudut-sudut Kota butik-butik batik dan kerajinan traditional dengan Pasar Klewernya sebagai sentra perdagangan tekstil terbesar di Jawa Tengah.

Lingkungan Kota Solo yang ramah terlebih karena kebanyakan masyarakatnya masih memegang tradisi dan warisan budaya sehingga banyak atraksi wisata budaya bisa disaksikan di Kota ini, misalnya Kirab pusaka 1 suro, sekaten, grebeg sudiro, grebeg mulud, tinggalan dalem jumenengan, grebeg pasa, syawalan, dan grebeg besar. Pemerintah Kota Solo juga melakukan upaya-upaya demi meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik dengan cara untuk terus mengadakan *event-event* yang bertaraf Internasional, seperti Solo Batik Carnival, SIPA, dsb. Upaya yang dilakukan pemerintah Kota Solo pada tahun 2008-2012 dapat dinilai berhasil dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung untuk berpariwisata di Kota Solo. Hal ini bisa diamati pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Tempat Wisata di Kota Solo

No	Objek Wisata	2008		2009		2010		2011		2012	
		Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Keraton Solo	4617	84850	5205	123867	3516	30767	1201	30882	810	47331
2	Mangkunegaran	5142	16385	15791	36104	18231	19978	23502	17731	23413	27051
3	Radya Pustaka	785	9295	1360	9191	1007	16244	2575	14124	3092	13500
4	Taman Sriwedari	336	79196		-	-	-	-	-	-	-
5	W.O Sriwedari	448	10654	278	14449	264	17138	311	20874	136	27222
6	THR.Sriwedari	153	372682	76	403107	91	329889	31	334418	46	309391
7	Musium Batik	-	-	801	30238	1026	88242	1826	15094	1177	12601
8	Taman Satyawaru	2332	14011	-	-	-	292546	-	32714	-	272197
9	Taman Balekambang	-	-	-	-	363	273229	1467	935496	2084	1387832
	Jumlah	13813	587073	23511	616956	24498	1068033	30913	1401333	30758	2097125
	Jumlah wisatawan	600886		640467		1092531		1432246		2127883	

Sumber : BPS, 2012

Tingginya jumlah wisatawan yang ada di Kota Solo tidak lepas dari jargon wisata yang di usung Kota ini yakni *Spirit of Java* untuk kepentingan pemasaran pariwisata. Slogan *Spirit of Java* (jiwanya Jawa) sebagai upaya pencitraan Kota Solo sebagai pusat kebudayaan Jawa. Hal ini bisa dikatakan bahwa slogan ini dapat menjadi acuan modal sosial untuk meningkatkan pariwisata di Kota Solo. Porthest dalam Yustika (2006) menjelaskan melalui modal sosial, aktor dapat meraih akses langsung terhadap sumberdaya ekonomi (pinjaman bersubsidi, saran-saran investasi, pasar yang terlindungi). Mereka dapat meningkatkan modal budaya (*cultural capital*) melalui kontak dengan ahli-ahli atau individu yang beradab (yang melekat pada modal budaya), atau alternatifnya mereka dapat berafiliasi dengan institusi yang membahas nilai-nilai terpercaya atau *value credential* (pelembagaan modal budaya).

Claiborne (2010) menunjukkan nilai modal sosial yang tinggi didalam partisipasi masyarakat dapat meningkatkan perkembangan pariwisata di lokasi tersebut. Tingginya tingkat partisipasi masyarakat disana berangkat dari anggapan masyarakat yang menganggap pariwisata mampu memperbaiki kualitas hidup

masyarakat. Anggapan tersebut mampu membawa masyarakat yang mengarah kepada perilaku kerjasama yang saling menguntungkan, sehingga penelitian ini mencoba mengkaji nilai modal sosial yang terkandung dalam partisipasi masyarakat untuk mewujudkan perkembangan pariwisata di Kota Solo.

Partisipasi masyarakat merupakan bagian penting dalam membangun perkembangan pariwisata. Nilai modal sosial yang terkandung dalam partisipasi masyarakat merupakan salah satu yang membentuk pengembangan pariwisata, Perlu adanya peran kelembagaan 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 di Kota Solo. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui anggapan masyarakat dalam perkembangan pariwisata, membentuk perkembangan pariwisata serta mengetahui bagaimana masyarakat berpartisipasi dan bekerjasama dalam pengembangan pariwisata.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Ekonomi Kelembagaan dengan Pendekatan Modal Sosial

Yustika (2006) menjelaskan sampai saat ini terdapat berbagai variasi tentang definisi kelembagaan (*institutions*). Definisi yang bermacam-macam makna tersebut diperbolehkan sejauh konsep definisi kelembagaan tidak saling menegasi satu sama lain. Pengertian tersebut mencakup seluruh isi definisi kelembagaan sebagai aturan main (*rules of the game*) dalam masyarakat. Karakteristik kelembagaan yang dipaparkan oleh North dalam Yustika (2006) menjelaskan di dalam kelembagaan terdapat larangan-larangan (*prohibitions*) dan persyaratan-persyaratan (*conditional permission*).

Ilmu kelembagaan bersifat pragmatis, dimana kajian ilmu kelembagaan harus sesuai realita yang dibangun pada kondisi masyarakat. Kenyataannya kondisi dan permasalahan yang terjadi bersifat majemuk, sehingga terdapat kajian multidisiplin di dalam teori kelembagaan. Teori kelembagaan melihat dulu fenomena yang terjadi, baru setelah itu dikaji. Yustika (2006) menjelaskan ekonomi kelembagaan berkecenderungan untuk memilih pendekatan induktif. Yustika (2006) menyatakan modal sosial dalam kegiatan transaksi dapat menjadi basis sumber daya ekonomi (*Economic resources*). Modal sosial dapat menjadi alternatif yang paling mungkin untuk mengalokasikan kegiatan ekonomi secara efisien bila pasar (*market*) tidak sanggup mengerjakannya. Putnam dalam Yustika (2006) menyimpulkan modal sosial merupakan sarana bagi individu yang akan mengerjakan kerjasama secara sukarela untuk mengurus barang publik/bersama.

Konsep Partisipasi Masyarakat melalui Modal Sosial (*Social Capital*)

Pierre Bourdieu dalam Yustika (2006) mendefinisikan modal sosial sebagai agregat sumber daya aktual ataupun potensial yang diikat untuk mewujudkan jaringan yang awet (*durable*), sehingga menginstitutionalisasi-kan

hubungan persahabatan (*acquaintance*) yang saling menguntungkan. Bourdieu berkeyakinan bahwa jaringan sosial (*Social network*) tidaklah alami (*natural given*). Kedua hal tersebut dikonstruksi melalui strategi investasi yang berorientasi kepada pelembagaan hubungan kelompok (*group relation*) yang dapat dipakai sebagai sumber terpercaya untuk mencapai keuntungan (*benefit*).

Coleman dalam Yustika (2006) menjelaskan modal sosial bukanlah entitas tunggal (*single entity*), tetapi entitas majemuk yang mengandung dua elemen: (i) modal sosial mencakup beberapa aspek dari struktur sosial; dan (ii) modal sosial memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor) baik individu maupun perusahaan- di dalam struktur tersebut (*within the structure*). Perspektif ini sama halnya dengan modal lainnya, modal sosial juga bersifat produktif, yakni membuat pencapaian tujuan tertentu yang tidak mungkin diraih bila keberadaannya tidak eksis. Yustika (2006) mengemukakan bahwa modal sosial baru eksis bila ia berinteraksi dengan struktur sosial.

Coleman dalam Yustika (2006) menjelaskan berdasarkan operasionalisasinya, modal sosial menurut fungsinya memiliki aspek struktur dan aspek kognisi (*cognitive*). Operasionalisasi modal sosial dibagi dalam tiga penampakan. *Pertama*, menurut sumber dan pengejawantahannya, secara struktur modal sosial terdiri atas peran dan aturan (*roles and rules*), jaringan dan hubungan interpersonal dengan pihak lain, serta prosedur dan kejadian (*procedures and precedent*). Aspek kognisinya terdiri atas norma, nilai, perilaku, dan keyakinan. *Kedua*, menurut cakupannya (*domains*), struktur modal sosial terbentuk dari organisasi sosial dan aspek kognisinya mewujudkan dalam budaya sipil (*civic culture*). Budaya sipil dapat dimaknai sebagai kemampuan warga Negara/ masyarakat untuk mengekspresikan dan mengorganisasikan kepentingan melalui saluran-saluran yang tersedia. *Ketiga*, menurut elemen-elemen umum (*common element*) struktur modal sosial terbangun berdasarkan ekspektasi yang mengarah kepada perilaku kerjasama yang saling menguntungkan sedangkan kognisi dari elemen umum ini tidak dapat diidentifikasi secara jelas karena sangat

tergantung kepada kesepakatan anggota yang terlibat dalam hubungan kerjasama tersebut.

National Statistik dalam Hamka (2010) mendefinisikan modal sosial yang mengaburkan konsep tersebut, antara lain: energy sosial (*sosial bond*), jiwa komunitas (*community spirit*), kewajiban-kewajiban sosial (*sosial bonds*), (*civic virtue*), jejaring komunitas (*community networks*), "selubung" sosial (*sosial ozone*), persahabatan jangka panjang (*extended friendship*), kehidupan komunitas (*community life*), sumber sosial (*sosial resources*), jejaring informal dan formal (*informal and formal networks*), (*good neighbourliness*), perekat sosial (*sosial glue*). Konsep-konsep tersebut masih terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pragmatisnya.

Kaitan Teori kelembagaan dengan Pariwisata

Aspek kelembagaan merupakan salah satu aspek yang penting dalam membangun industri pariwisata yang sukses. Wibowo (2007) berargumentasi kelembagaan lokal yang berangkat dari kemampuan masyarakat melalui kontribusi nilai-nilai modal sosial tersebut lahir dari budaya lokal dan dikembangkan oleh masyarakat sendiri tanpa campur tangan pemerintah. Nurhidayati (2012) menjelaskan faktor yang berperan dalam pengembangan modal sosial adalah kekuatan internal. Kekuatan internal ini yang berwujud motivasi, kepedulian tokoh masyarakat/agama, dan peran pemerintah dalam menyediakan kelembagaan yang mengakomodasi kepentingan bersama wilayah-wilayah yang mengembangkan agrowisata.

Choirunnisa (2010) mengatakan kehadiran organisasi pariwisata sektor publik (GTO) merupakan bentuk keterlibatan pemerintah dalam pengembangan pariwisata suatu Negara. GTO dibentuk pemerintah sebagai suatu badan yang bertanggung jawab menjalankan fungsi perencanaan, pengembangan, pemasaran, dan pembinaan kepariwisataan secara umum. Foster dalam Choirunnisa (2010) mengklasifikasikan GTO adalah suatu Negara menurut hierarki wewenang, yaitu *National Tourist Organization* (NTO), *regional tourist board* (RTB), dan *Local tourist organization* (LTO). Organisasi dalam

penelitian ini berperan sebagai NTO di Indonesia adalah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (Depbudpar), Sedangkan RTB dan LTO dipegang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah dan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Solo.

Mill dalam Choirunnisa (2010) Kecakapan suatu *Government Tourism Organization* (GTO) dapat dilihat melalui beberapa indikator. *Pertama*, otoritas memiliki kewenangan mengambil inisiatif melakukan perubahan. *Kedua*, dukungan penuh dari pemerintah bersama-sama dengan kemampuan mempengaruhi beragam departemen pemerintah yang mempunyai pengaruh pariwisata. *Ketiga*, dukungan dari pelaku bisnis swasta yang mempunyai kegiatan dalam bidang pariwisata. *Keempat*, anggaran yang cukup untuk melaksanakan tugas yang diembannya. *Kelima*, organisasi dijalankan oleh pegawai-pegawai yang berpengalaman.

Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata

Suwantoro (2004) mengemukakan peran serta masyarakat dapat ditumbuhkan dan digerakan melalui usaha-usaha penerangan serta pengembangan komunikasi sosial yang sehat, yang dilakukan melalui dialog yang luas dan bersifat terbuka, terarah, jujur, bebas dan bertanggung jawab: baik antara pemerintah dan masyarakat maupun antar golongan-golongan masyarakat itu sendiri. Dialog yang demikian akan melahirkan gagasan serta pandangan yang kuata agar pembangunan tetap memiliki gerak maju ke depan. Sebagai contoh: masyarakat di daerah tujuan wisata sangat mengharapkan terbinanya kelestarian usaha yang terkait dengan objek wisata dan kehidupan alam budaya mereka tidak menjadi rusak. Untuk itu pembangunan dan pengembangan pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat dan sekitarnya secara langsung.

Pariwisata berbasis masyarakat 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). Hausler dan Strasdas dalam Purnamasari (2011) mengatakan *community based tourism* merupakan salah satu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal baik yang terlibat langsung pada industri pariwisata. Hal ini dilakukan dengan bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal.

Konsep Modal Sosial

Penelitian ini berangkat melalui anggapan mengenai apa yang masyarakat rasakan dan yakini dari perkembangan pariwisata (*what the people feel*) yang merupakan aspek kognisi dalam modal sosial. Keyakinan masyarakat mengenai ekspektasi ini telah dikemukakan oleh Coleman dalam Yustika (2006) yakni mengenai aspek kognisi didalam modal sosial yang terdiri dari nilai, norma, perilaku dan keyakinan. Aspek kognisi modal sosial juga terbangun dari ekspektasi yang mengarah pada perilaku kerjasama. Operasional modal sosial yang dilihat dari fungsinya tidak hanya terdiri dari aspek kognisi namun juga aspek struktural yakni membentuk pariwisata melalui organisasi maupun komunitas, seperti apa yang dikemukakan oleh Coleman dalam Yustika (2006) yaitu bahwa budaya sipil dapat dimaknai sebagai kemampuan warga negara/masyarakat untuk mengekspresikan dan mengorganisasikan kepentingan melalui saluran-saluran yang tersedia.

Aspek kognisi berupa anggapan masyarakat dan aspek struktur berupa membentuk pariwisata mampu didalam modal sosial dianggap mampu untuk mengidentifikasi tindakan bersama dalam perkembangan pariwisata. Tindakan bersama merupakan bukti tingginya modal sosial yang ada di suatu tempat. Tindakan bersama ini sesuai dengan yang dikemukakan Evan dalam Yustika (2006) yakni sinergi antara pemerintah dan masyarakat/warga Negara (*citizen*)

didasarkan atas dasar prinsip komplementarist dan kelekatan (*complementarity and embeddedness*). Sehingga merujuk pada hubungan yang saling menguntungkan antara aktor publik dengan privat yang diwujudkan dalam kerangka kerja legal yang melindungi hak-hak asosiasi.

METODOLOGI PENELITIAN

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

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hanke dan Reitsch (1998) menyebutkan data primer diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Kuncoro (2009) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan masyarakat seni, budaya, ekonomi, dan masyarakat sadar wisata di Kota Solo selain itu wawancara juga dilakukan oleh dinas terkait (dinas pariwisata dan kebudayaan), pihak akademisi pengamat pariwisata, aktor budaya yang berperan dalam pariwisata berbasis budaya, komunitas pariwisata, pokdarwis dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi informan.

Pengertian data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan ke masyarakat pengguna. Kuncoro (2009) menambahkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang

berkaitan dengan pariwisata serta dari instansi terkait seperti dinas kepariwisataan dan kebudayaan, Pemerintah Kota Solo, serta Badan Pusat Statistik (BPS).

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel pada penelitian ini. Teknik ini mempunyai arti yaitu dengan memilih subjek penelitian dan lokasi penelitian dengan tujuan untuk mempelajari atau memahami permasalahan pokok yang akan diteliti (Herdiansyah, 2009). Sampel dalam penelitian ini bukan dikatakan sebagai responden, melainkan lebih tepatnya sebagai informan penelitian. Informan dalam penelitian ini yaitu golongan masyarakat seni, golongan masyarakat budaya, kelompok masyarakat sadar budayayang berperan dan tinggal di di Kota Solo, dinas terkait (dinas pariwisata dan kebudayaan), pihak akademisi pengamat pariwisata(dosen, UNS, Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Sahid). Informan diambil berdasarkan strategi sampling bola salju (*snowball sampling*). Hal ini dikarenakan fenomena yang diteliti dapat berkembang menjadi lebih dalam dan lebih luas dari yang ditentukan sebelumnya sehingga disesuaikan dengan kebutuhan data yang telah diperoleh. Strategi ini digunakan agar diperoleh data yang akurat dan mendalam mengenai peran partisipasi masyarakat dan dampaknya bagi ekonomi lokal.

Penelitian ini dilakukan di Kota Solo. Penentuan lokasi dilakukan dengan *purposive sampling*, dimana Kota Solo adalah salah satu Kota yang berada pada segitiga emas Jawa Tengah *JogloSemar (Jogja Solo Semarang)* sehingga merupakan salah satu magnet perekonomian Jawa Tengah dan memiliki potensi pariwisata dengan basis seni dan budayanya. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian kualitatif ini, yaitu metode wawancara, analisis dokumen, dan observasi. Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan suatu metode tertentu (Herdiansyah, 2009). Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi.

Metode analisis yang akan dilakukan, yakni: (1) Dari data hasil wawancara,

observasi, dan dokumentasi kemudian diorganisir persamaan dan perbedaannya sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan, (2) Menentukan tema dan memberi kode untuk setiap tema dari data-data yang telah diorganisir, (3) Mencari keterkaitan antar tema, (4) Interpretasi atas temuan sesuai dengan keterkaitan antar tema dengan menggunakan teori yang relevan, (5) Hasil interpretasi data dituangkan dalam deskriptif analitik kontekstual.

HASIL PENELITIAN

Anggapan Masyarakat mengenai Pariwisata

Masyarakat Kota Solo beranggapan bahwa pariwisata merupakan aspek yang sangat penting bagi kehidupan mereka. Mereka menganggap bahwa melalui perkembangan pariwisata mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Anggapan masyarakat akan dampak positif dari perkembangan pariwisata mampu sebagai pondasi awal dalam berpartisipasi untuk mengembangkan kepariwisataan Kota Solo. Pariwisata juga merupakan salah satu cara untuk mempromosikan Kota Solo untuk mendatangkan wisatawan ke Kota ini. Hal tersebut merupakan cara pariwisata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Salah satu informan yakni Suharni sebagai salah satu anggota SBC berpendapat mengenai pentingnya pariwisata sebagai berikut:

“Saya ya mas sebelum SBC ini jualan souvenir di dekat alun2 kraton mas. Jadi pariwisata itu penting sekali. Kalo ndak ada pariwisata itu pasar souvenir itu buat apa mas, salah satu rejeki saya juga lewat pariwisata.”

Minat Suharni dalam ikut berpartisipasi melalui SBC berlandaskan anggapan bahwa melalui pariwisata inilah informan mendapatkan rejeki. Sehingga, Pariwisata mampu menjadi pegangan hidup masyarakat. Anggapan pariwisata sebagai ajang promosi dalam memperkenalkan suatu wilayah diharapkan mampu mendatangkan wisatawan. Hal tersebut dapat menjadi landasan individu dalam berpartisipasi. Hal ini diperkuat

melalui informasi yang didapat dari ketua pokdarwis kelurahan Sondakan yakni Albi.

“Menurut saya pariwisata kan sebagai ujung tombak promosi suatu wilayah, jadi tanpa adanya pariwisata tentunya Kota ini akan menjadi gersang. Pariwisata sangat linear dengan entertainment yang namanya kemasan makannya saya katakan pariwisata sebagai ujung tombak promosi dalam suatu wilayah.”

Informasi yang diperoleh dari Albi juga didukung oleh Lurah Sondakan yakni Dardji bahwa melalui promosi yang dilakukan pokdarwis berdampak bagi industri batik

“Dari upaya-upaya seperti itu tadi yang jelas ini alhamdulillah mempengaruhi industry batik pada khususnya, jadi yang dulu kurang laris jadi laris, yang dulu belum berkunjung ke sondakan jadi berkunjung ke sondakan.”

Informasi yang didapat dari beberapa informan mengindikasikan bahwa masyarakat mempunyai ekspektasi yang tinggi terhadap pariwisata. Pariwisata merupakan alat promosi dalam mengenalkan suatu Kota yang bertujuan untuk mendatangkan wisatawan agar berkunjung ke Kota Solo. Anggapan masyarakat mengenai perkembangan pariwisata lewat meningkatnya kunjungan wisatawan di harapkan mampu berdampak terhadap kualitas hidup dan peningkatan ekonomi.

Peneliti menemukan temuan yang sangat menarik dalam penelitian ini. Temuan yang kami temukan yakni keinginan masyarakat dalam berpartisipasi dalam perkembangan pariwisata tidak hanya memperbaiki kualitas hidup. Keinginan masyarakat untuk berpartisipasi juga berlandaskan untuk mempertahankan seni dan warisan budaya Jawa. Hal ini dapat dilihat dari jawaban Aris Saputro selaku ketua sanggar seni Pincuk:

“Saya kira sangat penting, karena pariwisata itu dapat mengenalkan Kota solo ini terhadap masyarakat luar. Maka

dari itu pariwisata di Kota solo ini sangat penting sekali karena menjadi branding juga.”

Beliau juga menambahkan bahwa peran aktif dalam perkembangan pariwisata berangkat dari ingin mempertahankan dunia tari dan budaya khususnya warisan Jawa

“kita awalnya ingin menggerakkan masyarakat untuk lebih mengenal dunia tari maupun budaya khususnya Warisan jawa selain itu juga tarian nusantara. Jadi kita melihat selama ini tarian tarian itu hampir punah. Makannya lewat gagasan itu kita membuat acara ataupun membuat sanggar itu agar mulai anak2 dini mengenal, jadi yang saya latih mulai anak TK sampai usia dewasa.”

Persepsi informan tersebut mengindikasikan bahwa pariwisata sangatlah penting dalam membranding Kota Solo lewat *Spirit of Java* dan Kota Budayanya melalui mempertahankan seni dan budaya Jawa. Dalam hal ini terdapat temuan yang menarik dalam keinginan informan untuk berpartisipasi yakni berdasarkan kesukarelaan. Hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

“Pernah itu kita diberi stimulan ini setahun sekali mas, walaupun nominalnya tidak begitu tinggi ya mas, stimulannya tahun pertama itu 3 juta mas dalam satu tahun nah di tiap-tiap sanggar itu berbeda-beda mas di sanggar kita 3 juta. Tapi kita terus terang prinsip kita bukan di profitnya.karena gini mas dana sekian itu biasanya untuk membiayai pelatih, jadi kita pure membesarkan sanggar dan mengenalkan seni pada anak2 untuk seni tari khususnya. 3 juta itu buat satu kelompok sanggar nah dulu kita belikan tape sama perlengkapan. Sebenarnya kita disuruh mengajukan proposal lagi tapi kita sudah enjoy dengan ini. Selama kita masih bisa jalan ya jalan aja.”

Dinas kebudayaan dan Pariwisata memberikan stimulan selama setahun sebesar 3 juta untuk sanggar tari. Nominal Stimulan tersebut

dianggap kurang untuk membiayai operasional kegiatan sanggar tari. Sanggar tari pincuk ini juga tidak menarik pungutan tiket bagi penonton untuk melihat pertunjukan. Atas dasar tersebut peneliti berargumen bahwa partisipasi informan

berdasarkan kesukarelaan untuk tetap mempertahankan budaya Jawa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui table 2.

Tabel 2. Anggapan Masyarakat dalam Berpartisipasi Untuk Perkembangan Pariwisata

No	Anggapan atau persepsi	Tujuan atau harapan
1	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat menganggap bahwa pariwisata sangatlah penting karena berdampak terhadap pendapatan masyarakat Kota Solo • Masyarakat menganggap bahwa pariwisata sangatlah penting karena sebagai promosi untuk mendatangkan wisatawan ke Kota Solo • Masyarakat menganggap pariwisata itu penting karena telah merasakan naiknya pendapatan dari meningkatnya wisatawan 	Memperbaiki kualitas hidup yang lebih baik
2	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat menganggap bahwa pariwisata sangatlah penting karena sebagai branding Kota solo dengan <i>Spirit of java</i> yang bermakna inti kebudayaan Jawa berada di Kota Solo • Masyarakat menganggap pariwisata di Kota Solo sangatlah penting karena sebagai sarana dalam menghidupkan kembali budaya jawa 	Mempertahankan Budaya Jawa agar tidak hilang

Sumber : Data diolah

Penelitian ini menjawab pertanyaan mengenai bagaimana anggapan masyarakat dalam perkembangan masyarakat. Anggapan masyarakat Kota Solo sangatlah positif dalam melihat perkembangan pariwisata. Ekspektasi masyarakat yang tinggi berupa kualitas hidup yang lebih baik serta mempertahankan budaya Jawa dapat sebagai pondasi yang mengarahkan terhadap keinginan untuk turut serta berpartisipasi dalam perkembangan pariwisata yang merupakan aspek kognitif dalam modal sosial. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Claiborne (2010) yang menyatakan bahwa anggapan masyarakat yang positif terhadap perkembangan pariwisata dapat menimbulkan reaksi positif dalam mendukung kepariwisataan. Reaksi positif ini berupa turut serta berpartisipasi serta berkontribusi dalam perkembangan pariwisata. Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Perkins (2002) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang memotivasi individu yang terlibat dalam membangun modal sosial berdasarkan atas faktor psikologis yang dirasakan melalui perkembangan pembangunan.

Masyarakat Membentuk Perkembangan Pariwisata

Masyarakat dalam membentuk perkembangan pariwisata dengan cara membuat wadah berupa komunitas untuk memfasilitasi individu dalam berpartisipasi untuk perkembangan pariwisata. Masyarakat diberi wadah untuk mengekspresikan partisipasinya melalui saluran-saluran yang tersedia berupa komunitas dalam mendukung perkembangan pariwisata. Hal tersebut merupakan aspek struktural yang terkandung dalam modal sosial. Hal tersebut dapat dilihat melalui informasi yang diperoleh dari Gembong kasi kerjasama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

“Kita memang berusaha untuk mendorong masyarakat melalui komunitas-komunitas mereka untuk berperan serta dalam memajukan kepariwisataan di Kota solo , awalnya memang pemerintah memberikan support untuk pertama dan kedua kali , tapi lama-lama akan kami lepas, agar masyarakat lebih mandiri dan berdaya maksudnya adalah kalo misalnya kita

membuat event tadinya mereka kami danai 100 % lewat APBD dari pemerintah lama-lama dikurangi-dikurangi dan akhirnya masyarakat berdaya, jadi mereka untuk membuat event bisa mencari dana sendiri. itu yang kita harapkan”

Dinas pariwisata dan kebudayaan memberikan support dana 100% dalam memberikan support terhadap partisipasi dari masyarakat untuk memelihara jaringan agar mempunyai kelanggengan didalam relasi antar individu di dalam jaringan tersebut. Hal tersebut juga diperkuat melalui informasi yang diperoleh dari Ian ketua 2 SBC.

“Peran yang jelas adalah dari peran dinas pariwisata yang sebetulnya sangat dominan ya, nah awalnya itu semua even-even disolo itu berangkat dari APBD jadi dana yang dibiayai itu kalo tahun pertama tahun kedua itu 100 % tahun ke 3 atau ke empat akan turun jadi 75 persen kemudian akan turun. Turunnya ini diharapkan semuanya even di Kota ini bisa mandiri dengan penggalan dana, sementara dana APBD dapat digunakan untuk menumbuh kembangkan budaya dan kreasi yang lain.”

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak hanya sekedar memberikan bantuan dana kepada komunitas penggiat even, melainkan dalam memelihara suatu jaringan agar mempunyai kelanggengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga memberikan stimulan terhadap komunitas seni dan budaya demi mengangkat pariwisata Solo yang berbasis seni dan budaya hasil wawancara dengan Gembong adalah sebagai berikut

“kami memang menyadari tidak memiliki wisata alam, dan yang kami punyai adalah wisata seni dan budaya, kemudian wisata belanja sebetulnya juga wisata kuliner tentunya, untuk budaya dan seni, upaya kami untuk mempertahankan itu banyak sekali salah satunya adalah memberikan stimulan-stimulan, entah itu berupa alat2 seni, kami juga memberikan perangkat gamelan di kelurahan dan itu setiap tahunnya ada, sehingga nantinya kelurahan

tersebut akan berdaya, kemudian dengan memberikan pembinaan disanggar tari, music keroncong, karawitan se Kota Solo”

Informasi yang diperoleh melalui Gembong juga didukung oleh Kepala Dinas UPTD wilayah Balekambang yakni Endang. Informasi yang diperoleh dari Endang tersebut peneliti mendapatkan jawaban sebagai berikut:

“Pemerintah solo ini memang baik banget yak, bener mas karena apa udah difasilitasi nih mas mulai dari gedungnya ligtingnya, soundnya gratis buat pemain ketoprak ini masih dikasih stimulan buat pemain-pemainnya sampai sekarang. Itu memang memang salah satu cara melestarikan budaya jawa itu memang mahal lah itu tadi. Jadi dari menjual seni ketoprak itu tadi bisa menjual tiket dan hasilnya bahkan sampai sekarang pajak pun gak ditarik dari pemerintah Kota Solo karena kita dalam istilahnya mohon dispensasilah untuk seni tradisional untuk berkembang aja susah jadi jangan ditarik itu dulu.”

Sanggar seni di Kota Solo diberikan stimulan dan pembebasan pajak serta di fasilitasi agar budaya warisan jawa tetap bisa untuk dilestarikan. Penggiat seni dan budaya juga mengaku diberi stimulan seperti yang telah diuraikan oleh Aris Saputro

“kita diberi stimulan dari pemerintah ini setahun sekali mas, walaupun nominalnya tidak begitu tinggi ya mas, stimulanya tahun pertama itu 3 juta mas dalam satu tahun nah di tiap-tiap sanggar itu berbeda-beda mas di sanggar kita 3 juta”.

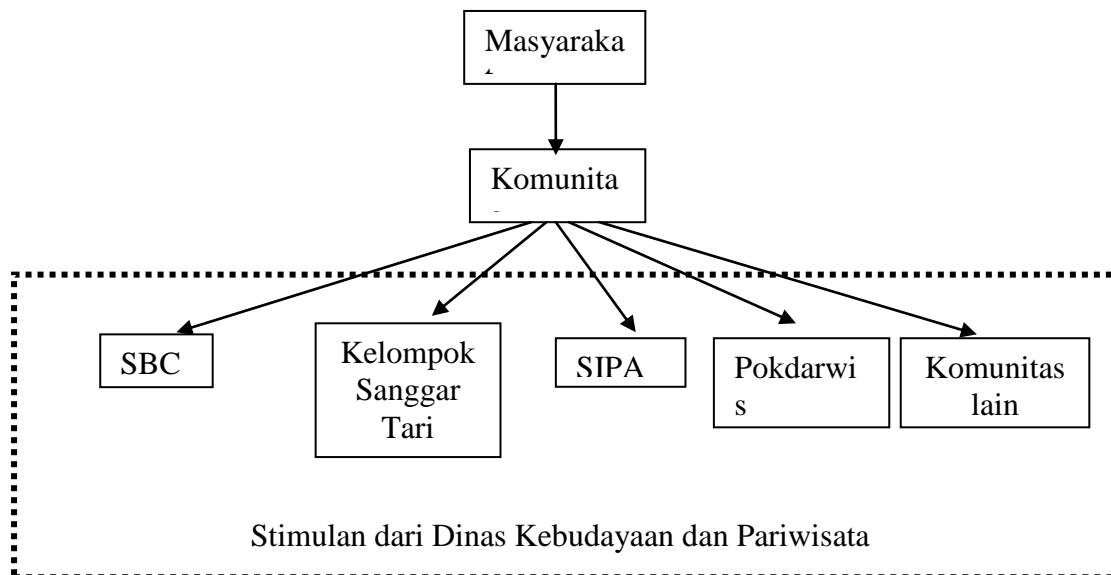
Selain dari kesenian yang di beri stimulan mangkunegaran juga mendapatkan stimulan dari pemerintah, Joko mengemukakan sebagai berikut:

“kita selama ini dapat bantuan oleh pemerintah walaupun sifatnya stimulan . sehingga kebutuhan belum tercukupi secara terakomodir ya karena kebutuhan mangkunegaran juga sangat besar kan.

Jadi kegiatan seperti kirab dan yang lain-lain itu mendapat stimulan dari pemerintah. Disini itu operasional acara-acara adat itu mendapatkan stimulan. Kemudian operasional yang lain itu juga termasuk stimulan . nah stimulan dari Kota itu kurang lebih 200 juta untuk satu tahun kalo ndak salah. Dan itu setiap tahun nilainya sama selain itu kita juga mengajukan proposal peningkatan . tapikan kita ketahui mungkin kemampuan pemerintah baru segitu ya kita maklumi.”

Penggalian informasi yang dilakukan oleh beberapa informan menemukan temuan dilapangan mengenai bagaimana masyarakat membentuk pariwisata yakni dengan cara membentuk wadah berupa komunitas dalam memfasilitasi partisipasi masyarakat untuk perkembangan pariwisata. Komunitas tersebut mendapatkan bantuan dari pemerintah melalui stimulan-stimulan untuk tetap menjaga kerjasama agar tercipta hubungan kelekatan dan saling menguntungkan. Gambar 1 akan menjelaskan mengenai identifikasi masyarakat dalam membentuk pariwisata.

Gambar 1. Identifikasi Masyarakat dalam Membentuk Pariwisata



Sumber : Data diolah

Komunitas disini berfungsi sebagai wadah masyarakat dalam mengekspresikan perannya dalam perkembangan pariwisata. Komunitas agar tetap hidup diperlukan biaya untuk dapat menjalankan aktivitasnya secara terus-menerus. Pemerintah Kota Solo memberikan stimulan untuk menjaga agar komunitas ini tetap mampu beraktivitas secara terus menerus. Komunitas merupakan bentuk aspek struktural yang terkandung dalam modal sosial Kota Solo. Tingginya minat masyarakat dalam perannya untuk perkembangan pariwisata Kota Solo dapat dilihat dalam jumlah komunitas yang terdaftar dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Sehingga aspek ini merubakan bukti tingginya nilai modal sosial di Kota Solo.

Penelitian ini juga sesuai dengan studi yang dilakukan Okazaki (2008) yang mengatakan bahwa anggota yang aktif dalam komunitasnya mempunyai manfaat berupa informasi dan konsultasi langsung dari LSM, selain itu melalui komunitas anggota juga mendapatkan pelatihan serta pembiayaan dalam menyalurkan partisipasinya.

Partisipasi Masyarakat dalam Perkembangan Pariwisata

Kota Solo merupakan salah satu Kota yang bisa dijadikan contoh dalam pengelolaan partisipasi masyarakat dalam perkembangan pariwisata. Perkembangan pariwisata di Kota Solo tidak lepas dari berbagai pihak dalam

pengambilan keputusan bersama untuk perkembangan Kota Solo, hal ini bisa diperkuat dari informasi yang diperoleh dari Gembong kasi kerjasama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo yakni

“Kami dalam membuat suatu upaya untuk mengembangkan pariwisata di Kota solo itu kami selalu melibatkan banyak pihak, ada banyak stake holder yang selalu kami ajak untuk rembukan antara lain PHRI, BPPIS, ASITA dan kami punya kepanjangan tangan di masing-masing kelurahan dalam bentuk POKDARWIS, selain itu juga dari KADIN, HIPMI (himpunan pengusaha muda Indonesia), semua stake holder itu kita rangkul untuk berembug mengenai apa yang harus kita buat di Kota Solo.”

Informasi tersebut menjawab pertanyaan bahwa terdapatnya pelibatan dari berbagai unsur dalam perkembangan pariwisata. Proses dalam mengambil keputusan bersama difasilitasi dengan cara melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Selain itu lokasi kesekretariatan stakeholder seperti Assita, PHRI, dan BPPIS bergabung satu lokasi di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. FGD disini berfungsi untuk menghasilkan salah satu tindakan bersama dalam bentuk *Calendar of event* seperti yang telah diungkapkan oleh Gembong yaitu

“jadi prosedurnya gini kami itu punya Calendar of event untuk perkembangan pariwisata jadi dalam menyusun itu kami kumpulkan antara stakeholder-stake holder dan komunitas-komunitas kita kumpulkan, untuk mengetahui tahun depan mereka punya acara apa. Dalam setahun sekali dan ini sudah kemarin, untuk Calendar pada tahun 2015 itu kita rembug sejak pertengahan 2014, bahkan untuk apa yang terjadi pada 2016 juga sudah kita pikirkan mulai sekarang. Itu tidak hanya pokdarwis elemen yang datang selain itu adalah

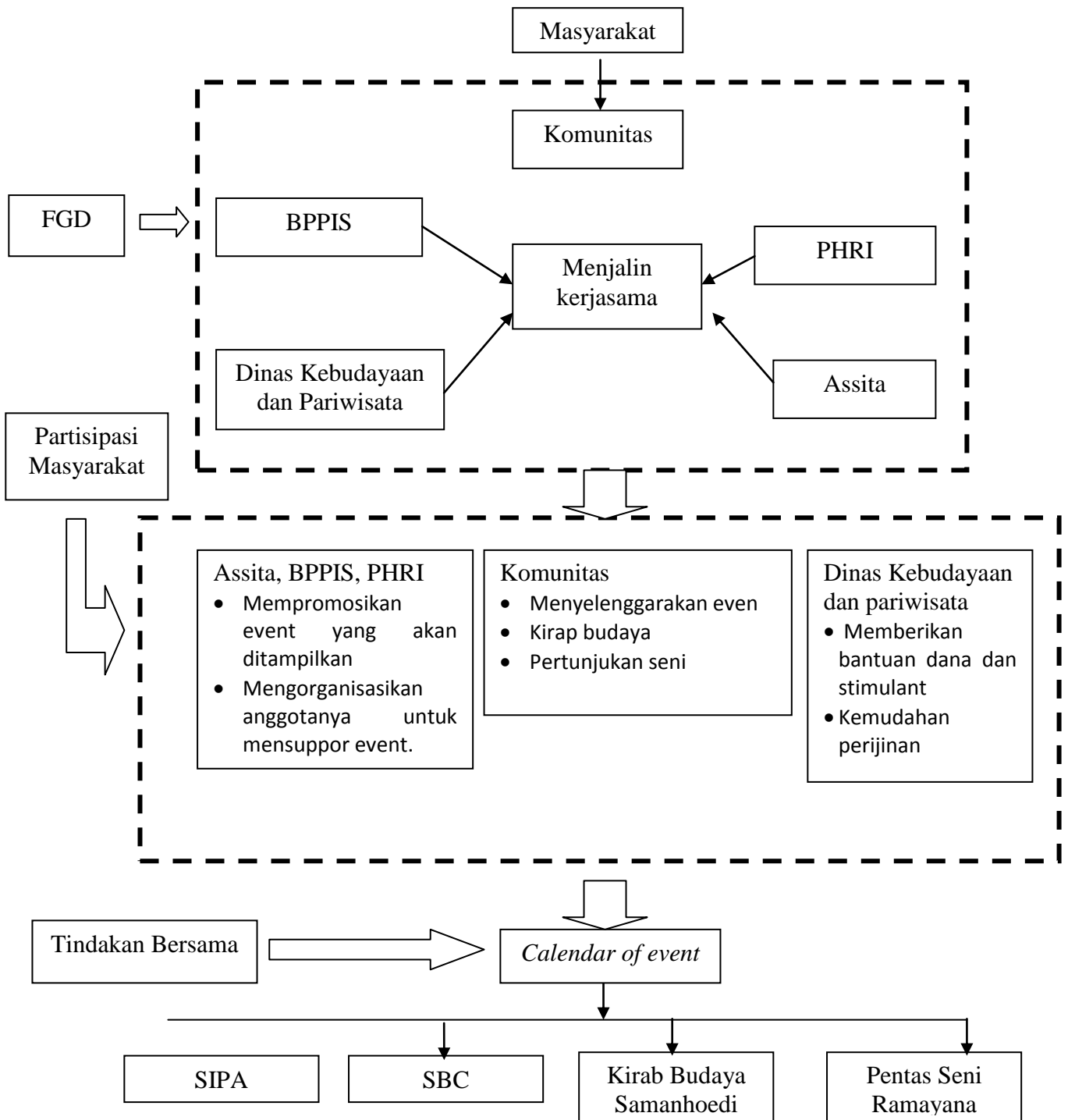
stakeholder yang kami sebutkan tadi dan juga komunitas kelompok-kelompok masyarakat yang biasa membuat suatu even. jadi semuanya siap, tanggalnya pasti tempat nya pasti.”

Pertemuan yang dilakukan tidak hanya dilakukan dalam satu kali pertemuan untuk membahas perkembangan pariwisata. Pertemuan juga dilakukan sebulan sekali dalam bentuk *morning tea* untuk membahas perkembangan pariwisata yang ada di Solo hal ini diperkuat oleh wawancara oleh Gembong.

“kami selalu mengadakan suatu pertemuan-pertemuannya setiap bulan sekali dalam bentuk morning tea, disamping itu kami juga menggandeng stakeholder se-solo raya, jadi ada forum pariwisata solo raya jadi tidak hanya Solo saja mas, dan dalam pertemuan entah itu coffe morning atau RAKOR Solo Raya itu selalu kami informasikan event2 yang akan diselenggarakan di solo raya (karisidenan Solo). Kami juga menjalin kerjasama dengan SKPD terkait misalkan dishubkominfo(dinas perhubungan komunikasi dan informatika) untuk memberikan informasi-informasi tentang even2 yang akan diselenggarakan apabila anda punya android coba download mengenai solo destination, dan itu sudah ada di play store”

Informasi tersebut mengidikasikan bahwa terdapat pertemuan dalam jangka waktu satu bulan sekali serta kerjasama dengan SKPD terkait yang menghasilkan fitur android *Solo destination* untuk memudahkan wisatawan mengetahui even, destinasi wisata, hotel atau hal-hal yang berkaitan dengan pariwisata Kota Solo. Untuk lebih jelasnya dalam menjelaskan mengenai identifikasi masyarakat untuk berpartisipasi dan menjalin kerjasama dalam perkembangan pariwisata dapat dilihat melalui gambar 2.

Gambar 2. Identifikasi Masyarakat Untuk Berpartisipasi dan Menjalin Kerjasama dalam Perkembangan Pariwisata



Sumber : Data diolah

Penelitian ini menjawab pertanyaan bahwa dalam partisipasi masyarakat dalam menjalankan perannya mereka diikutkan sebagai pengambilan keputusan bersama dengan pemerintah dan *stakeholder*. Pengambilan keputusan sebagai tindakan bersama ini dilangsungkan dalam bentuk pertemuan yakni FGD (*Focus Group Discussion*). Komunitas bersama dengan pemerintah dan *stakeholder* mensinergikan tujuan mereka dalam mewujudkan perkembangan pariwisata dalam bentuk *Calendar of event*. Kerangka kerja yang legal dalam bentuk *Calendar of event* ini komunitas mampu meraih akses langsung terhadap sumber daya ekonomi berupa stimulan atau pinjaman bersubsidi, saran-saran investasi serta pasar. *Calendar of event* ini juga dapat berfungsi sebagai hubungan antara aktor publik seperti pemerintah dan *stakeholder* (BPPIS, ASSITA, PHRI) terhadap komunitas dalam bentuk kerangka kerja yang legal dan melindungi hak-hak asosiasi mereka dalam berpartisipasi terhadap perkembangan pariwisata. Penelitian ini juga didukung dari penelitiannya Penelitian Pongponrat (2012) juga mendukung penelitian ini yang menyatakan bahwa modal sosial dalam pariwisata melalui proses pengambilan keputusan, pelaksanaan dan monitoring yang di fasilitasi pemerintah mampu menginduksi masyarakat lokal akan partisipasinya dalam pengembangan pariwisata di Kota Samui Thailand.

Diskusi dan Pembahasan Nilai Modal Sosial dalam Partisipasi Masyarakat

Coleman dalam Yustika (2006:199) mengatakan dalam operasionalisasi modal sosial yang dilihat menurut fungsinya memiliki aspek struktur dan kognisi (*cognitive*). Jika dipilah dalam tiga penampakan, maka akan didapat sebuah operasionalisasi modal sosial sebagai berikut. Pertama menurut sumber dan pengejawantahannya, secara struktur modal sosial terdiri atas peran dan aturan (*roles and rules*), jaringan dan hubungan interpersonal dengan pihak lain, serta prosedur dan kejadian (*procedures and precedents*). Sedangkan aspek kognisinya terdiri atas norma, nilai, perilaku, dan keyakinan. Kedua, menurut cakupannya

(*domains*), struktur modal sosial terbentuk dari organisasi sosial dan aspek kognisinya terwujud dalam budaya sipil (*civic culture*). Budaya sipil dapat dimaknai sebagai kemampuan warga Negara/ masyarakat untuk mengekspresikan dan mengorganisasikan kepentingan melalui saluran-saluran yang tersedia. Ketiga, menurut elemen-elemen umum (*common elemen*) struktur modal sosial terbangun berdasarkan ekspektasi yang mengarah pada perilaku kerjasama yang saling menguntungkan.

Penelitian ini menjelaskan bahwa perkembangan pariwisata yang ada di Kota Solo berangkat dari persepsi masyarakat Kota Solo yang menganggap bahwa pariwisata dapat berdampak terhadap kualitas hidup yang lebih baik. Pelaku seni, masyarakat lokal serta pemerintah juga berkeyakinan bahwa perkembangan pariwisata merupakan sarana agar dapat mempertahankan budaya Jawa. Aspek kognisi masyarakat berupa ekspektasi yang tinggi yakni kualitas hidup yang lebih baik serta mempertahankan budaya Jawa dapat sebagai pondasi yang mengarahkan terhadap keinginan untuk turut serta berpartisipasi dalam perkembangan pariwisata. Temuan ini sesuai dengan (Petra Claiborne, 2010; Anderect, 2005) yang menyatakan anggapan masyarakat yang positif terhadap perkembangan pariwisata dapat menimbulkan reaksi positif dalam mendukung kepariwisataan. Reaksi positif ini berupa turut serta berpartisipasi serta berkontribusi dalam perkembangan pariwisata. Studi ini juga mendukung temuan Wiliamson (2001) yang menyatakan masyarakat di New Zealand yang merasakan efek dari pariwisata cenderung mendukung dan berpartisipasi dalam perkembangan pariwisata.

Anggapan masyarakat akan dampak positif pariwisata merupakan pondasi awal dalam basis tindakan masyarakat dalam menjalankan perannya. Masyarakat membentuk pariwisata dengan cara turut serta dalam komunitas yang telah di bentuk oleh pemerintah. Komunitas disini berfungsi sebagai wadah masyarakat dalam mengekspresikan perannya dalam perkembangan pariwisata. Komunitas ini agar tetap hidup diperlukan biaya untuk dapat menjalankan aktivitasnya secara terus-menerus. Pemerintah Kota Solo

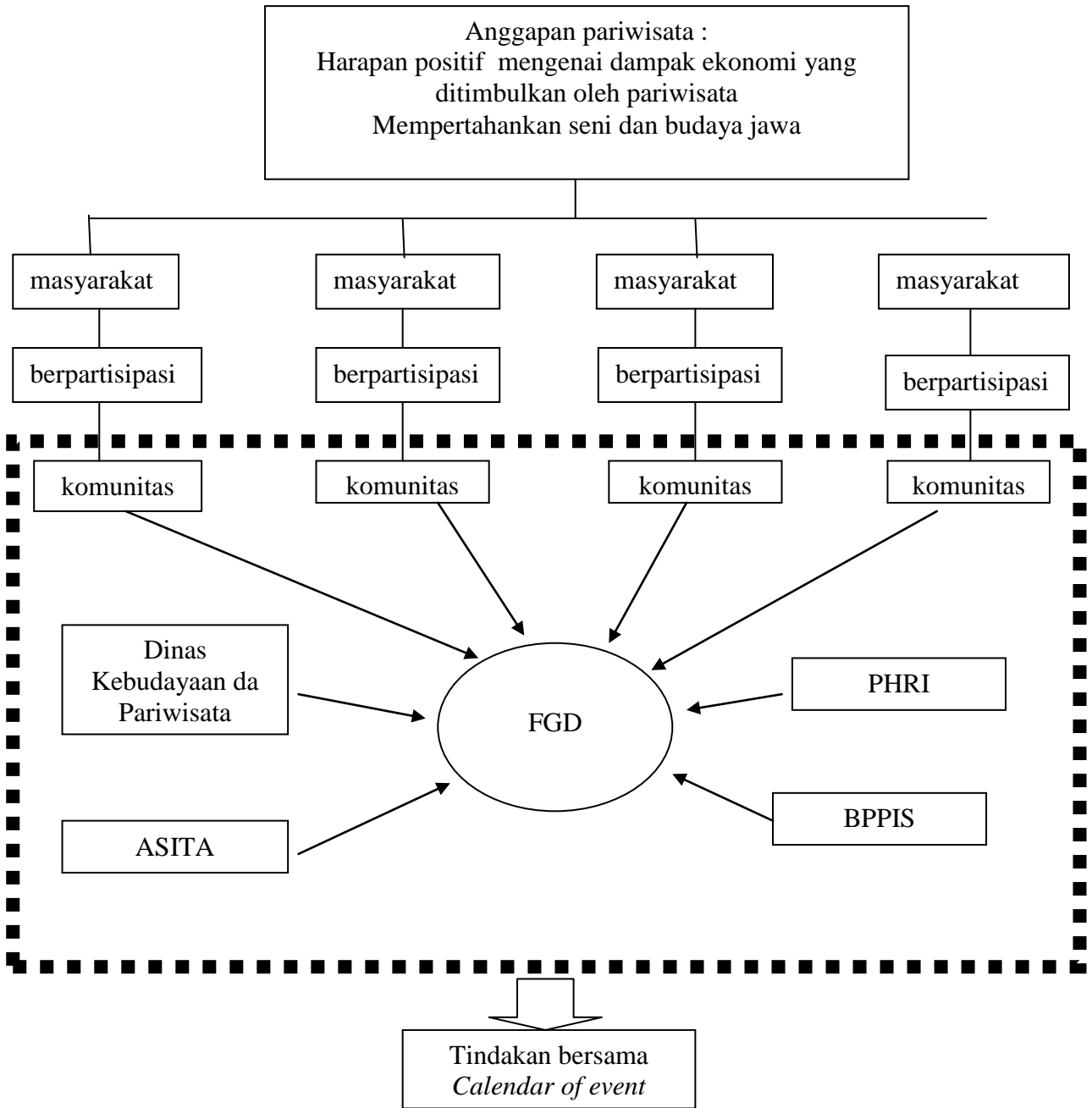
memberikan stimulan untuk menjaga agar komunitas ini tetap mampu beraktivitas secara terus menerus. Komunitas merupakan bentuk aspek struktural yang terkandung dalam modal sosial Kota Solo. Tingginya partisipasi masyarakat dalam perkembangan pariwisata Kota Solo berupa banyaknya jumlah komunitas yang terdaftar dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Sehingga ini merupakan bukti tingginya aspek struktur nilai modal sosial di Kota Solo. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Okazaki (2008) yang mengatakan anggota yang aktif dalam komunitasnya mempunyai manfaat berupa informasi dan konsultasi langsung dari LSM, selain itu melalui komunitas anggota juga mendapatkan pelatihan serta pembiayaan dalam menyalurkan partisipasinya.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memberikan ruang selebar-lebarnya serta memberikan stimulan dan subsidi terhadap partisipasi masyarakat melalui komunitasnya. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga menjalin kerjasama dengan stakeholder serta komunitas-komunitas melalui pertemuan rutin berupa *Focus Group Discussion* yang diselenggarakan setiap satu bulan sekali untuk untuk menentukan tindakan bersama yang diwujudkan dalam kerangka kerja legal yang melindungi hak-hak asosiasi, dalam hal ini berwujud *Calendar of event*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bartholo (2008) yang menyatakan keberhasilan pariwisata di Brasil yang melibatkan masyarakat sebagai perencanaan dan pelaksana pariwisata mampu mendatangkan manfaat bagi masyarakat. Huntz (2014) juga mengemukakan respon masyarakat yang tidak dilibatkan didalam perannya dalam pariwisata lebih cenderung memberikan reaksi negatif terhadap perkembangan pariwisata.

Calendar of event merupakan salah satu bentuk hasil dari tingginya modal sosial berupa tindakan bersama di Kota Solo. Hal ini sesuai dengan pandangan synergi (*synergi view*) yang dikemukakan oleh Woolcock dan Narayan dalam Yustika (2006:206) yakni pandangan ini kurang lebih berupaya untuk mengintegrasikan konsep jaringan (*network*) dan kelembagaan (*institutional*). Evans dalam Yustika (2006:206) menyimpulkan bahwa sinergi antara pemerintah dan masyarakat/warga Negara (*citizen*) didasarkan atas dasar prinsip komplementarist dan kelekatan (*complementarity and embeddedness*). Sehingga merujuk pada hubungan yang saling menguntungkan antara aktor publik dengan privat yang diwujudkan dalam kerangka kerja legal yang melindungi hak-hak asosiasi.

Penelitian ini mengeksplorasi nilai modal sosial yang ada pada masyarakat Kota Solo yang berangkat dari aspek kognisi dan struktural yang mampu menghasilkan tindakan bersama dalam mengembangkan pariwisata Kota Solo. Tingginya modal sosial yang ada di Kota Solo tersebut dapat mengembangkan pariwisata di Kota Solo. Hasil studi tersebut mendukung temuan Jones (2005) yang menyatakan bahwa nilai modal sosial yang berangkat dari aspek kognitif dan struktural mampu mewujudkan komitmen masyarakat dalam tindakan bersama untuk membangun ekowisata di Tuman Tenda, Gambia. Hasil studi ini didukung oleh Pongponrat (2012) yang menyatakan modal sosial dalam pariwisata melalui proses pengambilan keputusan, pelaksanaan dan monitoring yang di fasilitasi pemerintah mampu menginduksi masyarakat lokal akan partisipasinya dalam pengembangan pariwisata di Kota Samui Thailand. Gambar 3 menunjukkan mekanisme pola modal sosial.

Gambar 3. Mekanisme Pola Modal Sosial dalam Perkembangan Pariwisata Kota Solo



Sumber : Data diolah

Gambar 3 menjelaskan modal sosial yang berupa *calender of event* merupakan bentuk kegiatan bersama yang dilakukan oleh masyarakat Solo. Mereka menjalin kerjasama sebagai bentuk keinginan dalam suatu aktivitas yang ditandai dengan jalinan kerjasama antara masyarakat pemerintah dan SKPD terkait. Partisipasi masyarakat berangkat dari anggapan masyarakat akan harapan terhadap dampak ekonomi yang lebih baik serta mempertahankan seni dan budaya Jawa. Anggapan itulah yang menjadikan basis aktivitas masyarakat dalam membentuk komunitas, membuat even, kirab budaya serta pertunjukan seni.

Basis aktivitas masyarakat ini membentuk ikatan diluar dan didalam jaringan yang kuat melalui FGD (*Focus Group Discussion*), morning tea, coffe break dan pertemuan rutin selama satu bulan sekali. Tingginya modal sosial partisipasi masyarakat Kota Solo dalam mengembangkan pariwisata terlihat dari kerangka kerja yang legal berupa *Calendar Of event*. Kerangka kerja ini membuktikan adanya hasil dari hubungan kepercayaan serta timbal balik antara komunitas dan pemerintah. *Calendar of event* ini juga terdapat aturan umum dan norma yang harus dipatuhi didalamnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Nilai-Nilai Modal Sosial yang Terkandung dalam Perkembangan Pariwisata

	Identifikasi Temuan	Aktivitas dan persepsi	Kategori Modal Sosial
Apa	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan bersama untuk mencapai kepentingan bersama • Kerjasama dan keinginan sebagai kesatuan, interaksi masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Calendar of Event</i> • Menjalin kerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, stake holder, SKPD terkait. 	<ul style="list-style-type: none"> • Partisipasi Masyarakat • Partisipasi masyarakat dalam menjalin kerjasama
Identifikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur : asosiasi, jaringan, aktivitas – basis tindakan • Kognisi: norma, nilai, kepercayaan, timbal balik, anggapan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membentuk komunitas, event, kirab budayapertunjukan seni • Harapan positif mengenai dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh pariwisata • Mempertahankan seni dan budaya Jawa 	<ul style="list-style-type: none"> • Membentuk pariwisata • Anggapan Pariwisata • Anggapan Pariwisata
Bagaimana	<ul style="list-style-type: none"> • Ikatan, menghubungkan keterkaitan jaringan didalam dan diluar kelompok/komunitas 	<ul style="list-style-type: none"> • FGD (<i>Focus Group Discussion</i>), morning tea, coffe break, pertemuan rutin 1 bulan sekali 	<ul style="list-style-type: none"> • Membentuk pariwisata
Variabel penting	<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan kepercayaan → timbal balik dan pertukaran → aturan umum dan norma → keterkaitan jaringan dan kelompok 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan yang kuat terhadap pemerintah dalam kerangka kerja yang legal dalam melindungi hak-hak asosiasi-dukungan penuh partisipasi lewat stimulan dan pendanaan - mematuhi aturan tanggal main dalam <i>Calendar of event</i>, 	<ul style="list-style-type: none"> • Membentuk pariwisata • Partisipasi Masyarakat
Outcomes	Perkembangan pariwisata		

Sumber : Data diolah

PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa tingginya nilai modal sosial yang terkandung dalam perkembangan pariwisata berangkat dari aspek kognitif modal sosial berupa ekspektasi masyarakat yang tinggi yakni kualitas hidup yang lebih baik serta mempertahankan budaya Jawa. Masyarakat lokal, pelaku seni beserta pemerintah di Kota Solo berkeyakinan bahwa harapan tersebut dapat tersalurkan melalui pariwisata. Persepsi

masyarakat tersebut mampu sebagai basis tindakan yang mengarahkan untuk turut serta berpartisipasi dalam perkembangan pariwisata.

Harapan masyarakat yang tinggi melalui pariwisata ditangkap oleh pemerintah dengan cara membentuk komunitas untuk menyalurkan partisipasi yang ada dalam masyarakat. Komunitas disini berfungsi sebagai wadah masyarakat dalam mengekspresikan perannya dalam perkembangan pariwisata. Pemerintah juga memberi dukungan berupa stimulan yang

bertujuan agar komunitas ini mampu untuk beraktivitas secara terus-menerus. Komunitas yang ada di Kota Solo merupakan bukti bentuk aspek struktural yang terkandung dalam modal sosial yang tinggi Kota Solo.

Tingginya nilai modal sosial pada masyarakat yang berangkat dari aspek kognisi dan struktural mampu menghasilkan tindakan bersama dalam mengembangkan pariwisata Kota Solo. Masyarakat bersama dengan Pemerintah dan stakeholder menjalin kerjasama dan pertemuan rutin dalam bentuk FGD untuk menentukan tindakan bersama untuk pengembangan pariwisata. Tindakan bersama yang dilakukan oleh masyarakat, pemerintah dan stakeholder terwujud dalam kerangka kerja yang legal untuk melindungi hak-hak asosiasi komunitas berupa *Calendar of event*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderect K.L., Valentine K.M., Knopf R.C. & Vogt C.A. 2005. Resident' Perception of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism research*. Vol.32, No.4, pp1056-1076.
- Badan Pusat Statistik, 2012, *Data Jumlah Pengunjung Tempat Wisata Di Kota Solo Tahun 2008-2012*, Solo.
- Bartholo, R., Delamaro, M.& Burszyn, I. 2008. Tourism for whom? Different paths to development and alternative experiment in Brazil. *Latin America perspectives*. Issue 160 Vol.35, No.3, pp. 103-119.
- Choirinnisa, S. 2010, Evaluasi Pendahuluan terhadap Aspek Fisik dan Kelembagaan Program Pengembangan Destinasi Percandian Muaro Jambi, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No 2, hlm 170-182
- Claiborne, Petra. 2010, Community Participation in Development and The Value of Social Capital : The Case of Bastimentos, Bocas del Toro, Panama, *Not Published*, School of business, economic and law, Gothernburg, University of
- Damanik, Janianton.2006. *Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pariwisata*, Yogyakarta, Kepel Press
- Hamka, Aldrin. A & Danarti, T. 2010. Eksistensi Bank Thithil dalam Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Kota Batu). *Journal of Indonesian Applied Econonmics*. Vol. 4, No. 1, hal 58-70
- Hanke, J.E. and Reitsch, A.G. 1998. *Business Forecasting*. Sixth Edition. London: Prentice-Hall International Ltd.
- Herdiansyah, Haris. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Huntz, C and Stronza, A. 2014. Stage-based tourism models and resident attitudes towards tourism in an emerging destination in the developing world. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol.22. No. 2, pp. 279-298
- Jones, S. 2005. Community-based ecotourism:The significance of social capital. *Annals of Tourism Research*. Vol. 32, No.2, pp. 303-324.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*,Edisi 3, Cetakan 1. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi revisi. Bandung: Rosda.
- Nurhidayati, S.E. 2012. Pengembangan Agrowisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Kota Batu, Jawa timur. Disertasi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada
- Okazaki, E. 2008. A misguided quest:Community-based tourism in Latin America. Article Opinion 102, *Overseas Development Institute (ODI)*. London, England.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 5 tahun 2010 tentang Rencana Jangka Panjang dan Menengah (RPJM) 2010-2014.

- Perkins, D.D., Hughey, J.&Speer, P.W. 2002. Community psychology perspectives on social capital theory and Community development practice. *Journal of the Community Development Society*. Vol. 33, No.1, pp 33-52.
- Pongponrat, K & Chantradoan, N.J. 2012. *Mechanism of social capital in Community tourism participatory planning in Samui Island, Thailand. Tourismos:An International Multidiciplinary Journal of Tourism*. Vol. 7, No 1,pp.339-349
- Purnamasari, A.M. 2011. Pengembangan Masyarakat untuk Pariwisata di Kampung Wisata Toddabojo Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol. 22 No 1, pp. 49-64
- Suwantoro, G. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta:Andi
- Wibowo, A. 2007. Menumbuhkembangkan modal sosial dalam pengembangan partisipasi masyarakat. *M'Power*. Vol.5, No 5
- Williamson, J. & Lawson, R. 2001. Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol. 28, No. 2, pp. 269-290.
- Yustika, A.E. 2006. *Ekonomi Kelembagaan: Definisi, Teori, &Strategi*. (Edisi Pertama,September 2006). Malang: Bayu Media.