

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang berperan sebagai penunjang pendapatan suatu kota. Pariwisata menjadi sektor industri yang mendapatkan banyak perhatian dari berbagai negara di dunia (Sinulingga, 2021). Di beberapa negara berkembang telah melakukan promosi terhadap pariwisatanya, seperti Indonesia. Sebagai salah satu negara berkembang, Indonesia berupaya dalam mengembangkan pariwisata yang dimiliki. Menurut Ramadhaniah (2020) bahwa pariwisata dapat meningkatkan jumlah penyerapan tenaga kerja melalui kesempatan kerja, melakukan pengembangan daerah pedesaan melalui promosi pariwisata, dan ikut serta dalam penurunan angka kemiskinan.

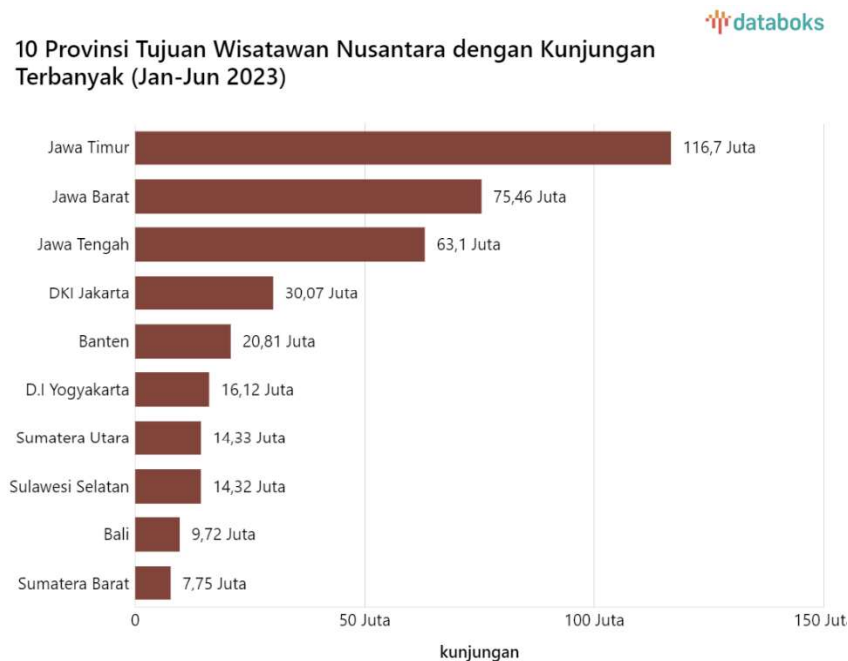
Keberadaan kegiatan pariwisata yang semakin beragam jenisnya berdampak pada beberapa sektor kehidupan, baik ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan yang mampu memberikan dampak positif maupun dampak negatif. Hal tersebut sesuai dengan UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada bagian menimbang poin (b) menjelaskan bahwa:

“Pariwisata merupakan bagian dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberi perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup di masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional”.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Uno, telah menguraikan empat tren pariwisata untuk Indonesia pada tahun 2023. Tren pertama adalah para wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk menjaga

kesehatan mental. Tren kedua adalah meningkatnya jumlah pengunjung yang mencari pengalaman perjalanan wisata yang unik. Oleh karena itu, pemerintah mengambil langkah untuk mencari solusi pariwisata inovatif guna memperluas jangkauan dan menciptakan pengalaman baru bagi pengunjung suatu destinasi wisata. Tren selanjutnya adalah bahwa para pengunjung dianggap bergantung pada ulasan jujur tentang tempat yang akan mereka kunjungi. Terakhir, situs pariwisata yang memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri dari masing-masing daerah akan selalu menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Sania & Wira, 2023).

Grafik 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan 10 Provinsi di Indonesia



Sumber: Databoks, 2023

Pariwisata menjadi suatu daya tarik yang dimiliki oleh masing-masing daerah di Indonesia. Daya tarik wisata tersebut menjadi objek di mana wisatawan akan tertarik dengan wisata yang ada sehingga akan melakukan kunjungan ke objek wisata tersebut. Berdasarkan grafik 1.1, Pulau Jawa menjadi pulau dengan kunjungan wisatawan terbanyak di Indonesia dengan perjalanan wisatawan

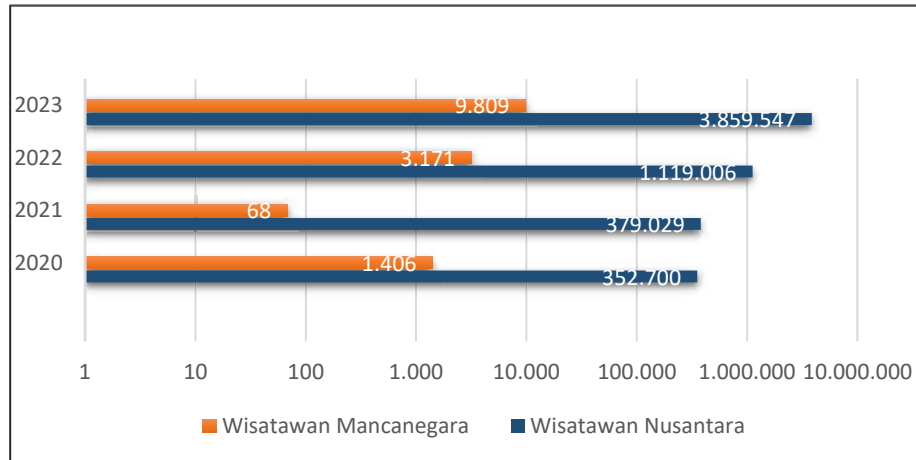
domestik yang bertujuan ke Pulau Jawa mencapai 75,49%. Provinsi Jawa Tengah menempati posisi ketiga dari 10 provinsi tujuan wisatawan nusantara dengan kunjungan terbanyak pada tahun 2023 dengan total kunjungan sebesar 63,10 juta kunjungan (Databoks, 2023).

Fenomena yang saat ini terjadi adalah peningkatan signifikan dalam pertumbuhan pariwisata perkotaan di seluruh dunia hampir 50% dan telah menjadi tren yang layak untuk dikembangkan atau dikenal dengan sebutan *urban tourism* (Prijadi & Tarore, 2014). Menurut Inskoop (dalam Cahyani & Sugiarti, 2018) *Urban Tourism* adalah suatu jenis pariwisata yang terletak di kota besar dan menjadi suatu hal yang penting, tetapi bukan menjadi aktivitas utama dari daerah perkotaan. Pelaksanaan *Urban Tourism* saat ini telah terjadi di kota-kota besar di Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Uno, telah menargetkan sejumlah kota di Indonesia sebagai lokasi *Urban Tourism*. Adapun kota yang ditargetkan menjadi lokasi *urban tourism* merupakan kota yang menjadi bagian dari UNESCO *Creative Cities Network* (Jaringan Kota Kreatif UNESCO) salah satunya adalah Kota Surakarta sebagai salah satu kota di Jawa Tengah yang tergabung dalam jaringan tersebut (Widyanti, 2023).

Surakarta merupakan kota yang memiliki *landscape* dan tata ruang yang cukup rapi. Kota Surakarta menjadi salah satu objek wisata populer di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki berbagai macam bentuk pariwisata yang mencerminkan beragam ciri sosial dan budaya yang unik. Kota Surakarta menawarkan berbagai potensi unggulan di bidang pariwisata, yaitu wisata budaya, wisata kuliner, wisata belanja, wisata sejarah, wisata bahari, wisata buatan, wisata

olahraga, wisata religi, wisata edukasi, dan wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) (Kajian Analisa Belanja Wisatawan Kota Surakarta, 2022).

Grafik 1. 2 Jumlah Pengunjung Daya Tark Wisata Kota Surakarta



Sumber: Kota Surakarta dalam Angka, 2020-2023

Berdasarkan data Surakarta dalam Angka pada grafik 1.2 di atas, destinasi wisata di Surakarta tahun 2022 mampu menarik wisatawan dengan total sebesar 1.119.006 pengunjung. Angka tersebut sangat jauh dibandingkan dengan tahun 2021 total hanya sebesar 379.029 orang dan tahun 2020 sebesar 352.700 orang yang mengunjungi Kota Surakarta karena daya tarik wisatanya. Hal tersebut menggambarkan kenaikan statistik yang sangat signifikan sebesar 195%. Pengunjung tahun 2023 juga terlihat semakin meningkat. Daya tarik wisata yang dimiliki tersebut berpotensi menjadi sumber pendapatan pariwisata utama dan komponen penting dalam perekonomian lokal. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan adalah salah satu indikator utama perkembangan industri pariwisata karena hal tersebut akan memacu pembangunan fasilitas dan infrastruktur yang mendukung pariwisata serta pengembangan wilayah yang memenuhi kebutuhan layanan pariwisata (Prasetya, 2019).

Urban Tourism dalam Perda Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPKADA) Kota Surakarta tahun 2016-2026 masuk ke dalam jenis pengembangan dari kategori kegiatan wisata daya tarik hasil buatan manusia. Dokumen tersebut menguraikan bahwa Kota Surakarta memiliki berbagai destinasi wisata kota yang berpotensi untuk dikembangkan dan memiliki daya tarik wisata yang berkualitas. Arah kebijakan yang diambil meliputi pembangunan daya tarik wisata, peningkatan aksesibilitas pariwisata, pembangunan prasarana dan fasilitas pariwisata, pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata, serta pengembangan investasi di sektor pariwisata.

Penelitian terdahulu oleh Cahyani, dkk (2018) mengatakan bahwa daya tarik pengembangan *Urban Tourism* di Kota Surakarta, yaitu berupa Kampung Tematik. Kampung tematik merupakan salah satu program pemerintah kota yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas permukiman warga. Penyelenggaraan kampung tematik dengan serangkaian tahapan yang terstruktur, terencana, dan sistematis memungkinkan untuk melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat, dengan memanfaatkan potensi lokal dan memperhatikan aspirasi masyarakat di wilayah tersebut (Putri dan Mubaroq, 2022).

Gambar 1. 1 Destinasi Wisata Kampung Tematik di Kota Surakarta



Sumber: Surakarta.go.id, 2018

Berdasarkan gambar 1.1, Kota Surakarta memiliki 6 kampung tematik yang telah dikembangkan. Kampung tematik tersebut memiliki penawaran tujuan wisata yang berbeda-beda. Akan tetapi, terdapat satu kampung yang memiliki keunikan tersendiri dari segi visualnya, yaitu Joho Kampong HEPI yang terletak di Kelurahan Manahan Kota Surakarta. Joho Kampong HEPI merupakan kampung yang menawarkan penampilan kampung yang unik karena dihiasi oleh mural dan relief di dinding rumaharganya.

Kampung tersebut memberikan warna baru dalam perkembangan kampung tematik di Kota Surakarta dengan ciri khas dan keunikan yang dimiliki. Dengan

demikian, kampung ini dipilih oleh peneliti karena memiliki karakteristik yang unik dengan tujuan wisata yang lebih luas dan tidak hanya menawarkan keindahan berupa wisata budaya atau Sejarah Jawa, melainkan adanya edukasi dan interaksi dengan warga sekitar serta mampu mengeksplorasi setiap sudut kampung tersebut yang dibalut dengan *branding* yang berfokus kepada rasa kebersamaan dan kebahagiaan dalam kehidupan di kampung tersebut.

Gambar 1. 2 Mural dan lukisan di Joho Kampoeng HEPI



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Berdasarkan gambar 1.2, Joho Kampoeng HEPI memiliki beragam lukisan mural dan relief pada dinding di setiap sudut kampungnya dengan berbagai unsur budaya Jawa dan gambaran tentang Kota Surakarta. Hal ini menjadikan Joho Kampoeng HEPI sebagai kampung mural pertama di Kota Surakarta. Joho Kampoeng HEPI merupakan kampung yang ramah dan terbuka terhadap pengunjung yang datang. Nama Kampoeng HEPI merepresentasikan dari rasa bahagia, kebersamaan, dan rukun serta memiliki makna yang mengharuskan warga memiliki rasa peduli terhadap keadaan lingkungan serta kondisi tetangganya agar tercipta kehidupan yang berkecukupan, rukun, dan sehat (Cahyani & Sugiarti, 2018).

Gambar 1. 3 Permainan Tradisional Jawa di Joho Kampoeng HEPI



Sumber: antarafoto.com, 2018

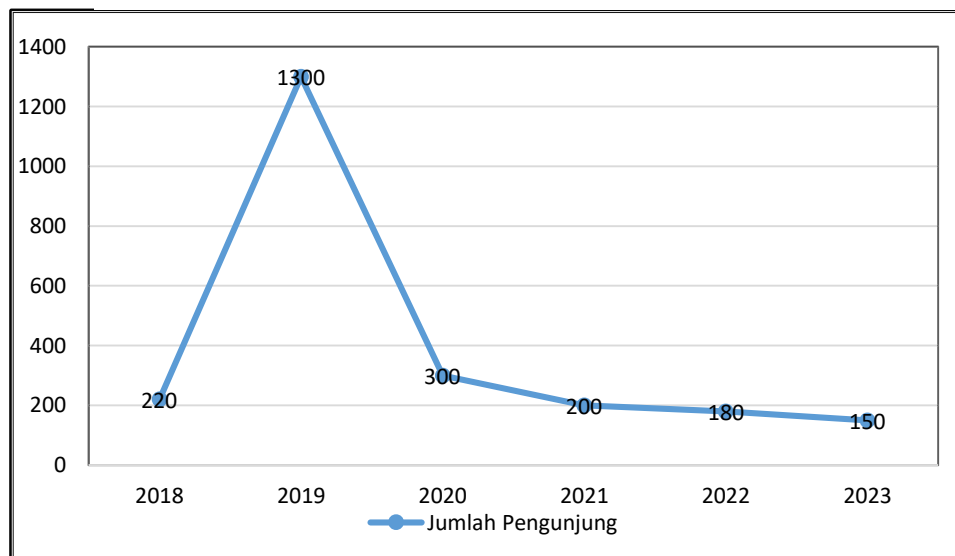
Berdasarkan gambar 1.3, anak-anak di Kampung Joho melakukan kegiatan kumpul bersama untuk bermain permainan tradisional dan mengenal tokoh wayang sebagai salah satu bentuk warisan budaya Jawa yang harus terus dilestarikan oleh generasi muda.

Kampung tematik ini sempat mendapatkan beberapa penghargaan di beberapa acara terkait dengan pameran kampung tematik yang diadakan di beberapa kota. Hal tersebut karena Joho Kampoeng HEPI memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri. Penggiat Kampung Joho, Yunus Ariseno, pernah ditemui oleh Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan staff ahli Menteri Pariwisata saat melakukan kunjungan ke Surakarta. Dalam pertemuan tersebut, Joho diproyeksikan menjadi

kampung wisata dengan mural dan relief yang ada digunakan sebagai pendukung untuk menuju kampung wisata.

Pada tahun 2018, Joho Kampoeng HEPI mulai dikenal oleh masyarakat dan pemerintah sebagai salah satu kampung tematik sesuai SK Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta Nomor 050/0326.5 Tahun 2018 tentang Penetapan “Joho Kampoeng HEPI” sebagai Destinasi Wisata Kampung Kota. Kampung tersebut memberikan berbagai penawaran wisata untuk berkeliling kampung dengan berbagai aktivitas dan durasi yang berbeda-beda. Akan tetapi, saat ini kampung tersebut mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan.

Grafik 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampung Joho



Sumber: Pengurus Joho Kampoeng HEPI (diolah), 2023

Berdasarkan grafik 1.3, terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah pengunjung Joho Kampoeng HEPI hampir di setiap tahunnya sejak kampung tersebut menjadi kampung wisata terutama pada tahun 2020 yang menurun sebesar 77% dari tahun 2019. Hal tersebut merupakan dampak dari adanya pandemi *Covid-19* yang sangat mempengaruhi segala bentuk aktivitas maupun mobilitas

masyarakat terutama dalam melakukan perjalanan wisata. Beberapa atraksi yang ditawarkan di kampung tersebut pun akhirnya tidak bisa berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan karena harus dihentikan akibat adanya pandemi *Covid-19*. Masyarakat juga menilai bahwa pemerintah kurang memberikan pendampingan dalam mengembangkan Joho Kampong HEPI. Dengan demikian, saat ini kampung tersebut dapat dikatakan cukup sepi dan jarang dikunjungi oleh wisatawan.

Destinasi wisata Joho Kampong HEPI dikembangkan oleh warga sekitar kampung itu sendiri. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta kepada Joho Kampong HEPI sebagai bentuk dukungan dan keterlibatan dalam mengembangkan Kampung Joho tidak cukup untuk menjadikan Joho Kampong HEPI mampu berkembang secara maksimal. Apabila kampung tersebut hanya dikelola oleh warga sekitar saja, pengembangan destinasi wisata tersebut akan kurang optimal. Pengelolaan kampung tersebut tidak mampu berlanjut apabila tidak diimbangi dengan campur tangan pemerintah dalam proses pengembangannya.

Gambar 1. 4 Keadaan Terkini Joho Kampong HEPI



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Berdasarkan gambar 1.4, Joho Kampong HEPI memerlukan pembenahan dalam rangka mewujudkan pengembangan wisata di Joho Kampong HEPI. Pelaksanaan pengembangan wisata tersebut dapat diwujudkan dengan adanya

kesiapan atau dukungan dari masyarakat. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan masyarakat untuk berkolaborasi dalam mencapai tujuan bersama yang didasarkan pada beberapa elemen, seperti nilai, norma, kepercayaan, dan jaringan sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Elemen-elemen tersebut dikenal sebagai modal sosial (Putnam dalam Voydanoff, 2001).

Dalam mencapai tujuan bersama, perlu adanya unsur modal sosial yang mampu menjadi salah satu elemen penting untuk membentuk kebersamaan, memunculkan ide-ide, dan menguatkan rasa saling percaya. Pentingnya modal sosial tersebut menjadi suatu pengikat (*bounding*), penghubung (*bridging*), dan pengait (*linking*) yang akan menyatukan masyarakat sehingga nantinya akan memudahkan dalam mencapai suatu tujuan bersama (Woolcock, 2002). Penelitian terdahulu oleh Ekasari (2019) yang berjudul “Modal Sosial Terhadap Pengrajin Batik Tulis Rifaiyah di Kampung Wisata Batik Rifaiyah Kalipucang Wetan Batang” menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan modal sosial secara efektif, pengrajin tersebut tidak hanya mampu menarik lebih banyak wisatawan tetapi juga menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan dinamis yang dimanfaatkan bagi masyarakat.

Melalui modal sosial, masyarakat dalam suatu daerah akan terdorong untuk ikut serta dalam membangun pariwisata dan mencari jalan keluar dari hambatan serta tantangan dalam pengembangan *Urban Tourism* (Surjadi, dkk., 2022). Dengan kata lain, konteks modal sosial dalam *Urban Tourism* memiliki makna bahwa nilai, norma, kepercayaan, dan jaringan sosial itu dapat mendukung pengembangan *Urban Tourism* dengan menjelaskan bagaimana kontribusi yang diberikan oleh

modal sosial dalam memperkuat keberlanjutan pariwisata melalui unsur-unsur *Urban Tourism*, seperti atraksi wisata, aksesibilitas, akomodasi, dan kelembagaan yang membentuk suatu destinasi wisata perkotaan. Maka dari itu, modal sosial dapat menjadi suatu kekuatan penggerak dalam membangun keterlibatan atau partisipasi masyarakat, membantu meningkatkan kualitas layanan pariwisata, menciptakan jaringan atau ikatan sosial dan membentuk kolaborasi antar *stakeholders* terkait dalam pengembangan wisata yang akan mendorong efektivitas pemerintahan (Hasbullah, 2006).

Dengan demikian, hal yang menjadi menarik adalah modal sosial sedikit banyak telah tergambarkan dalam Joho Kampong HEPI yang memiliki suasana kampung yang *happy, guyub* (kebersamaan), rukun, dan memiliki nilai kekompakkan yang membuat kampung tersebut memiliki harmoni dalam kehidupan bermasyarakat sehingga mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap kesejahteraan bersama. Pengembangan terhadap destinasi wisata Joho Kampong HEPI seharusnya tidak hanya menjadi perhatian masyarakat Kampung Joho, namun juga Pemerintah Kota Surakarta maupun pihak-pihak lain yang membentuk jaringan sosial dan berperan dalam mengembangkan wisata. Penelitian terdahulu oleh Heryanto (2020) yang berjudul “Identifikasi Modal Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Desa/Kampung Wisata di Kota Malang” menjelaskan bahwa kerjasama sebagai bentuk dari adanya modal sosial mampu memberikan akses yang lebih baik terhadap berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk pengembangan pariwisata. Melalui modal sosial yang dimiliki di Joho Kampong HEPI diharapkan mampu mendukung pengembangan destinasi wisata

Joho Kampoeng HEPI sebagai salah satu kampung tematik di Kota Surakarta sehingga keberadaannya tetap eksis dan mengalami kenaikan jumlah pengunjung.

Berkaitan dengan hal tersebut, modal sosial yang dimiliki oleh Joho Kampoeng HEPI sebagai kampung tematik di Kota Surakarta dipilih sebagai persoalan yang diteliti dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan **“Dengan modal sosial yang telah dimiliki, mengapa Joho Kampoeng HEPI tidak bisa berkembang secara maksimal sebagai bentuk pengembangan *Urban Tourism* di Kota Surakarta?”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Terjadi penurunan jumlah pengunjung di Joho Kampoeng HEPI.
2. Atraksi wisata di Joho Kampoeng HEPI tidak berjalan.
3. Tingkat eksistensi Joho Kampoeng HEPI yang menurun.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat dalam mengembangkan Joho Kampoeng HEPI sebagai *Urban Tourism*?
2. Mengapa Joho Kampoeng HEPI setelah ditetapkan sebagai kampung tematik yang menjadi elemen primer *Urban Tourism* di Kota Surakarta tersebut tidak bisa tumbuh secara berkelanjutan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bentuk modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat dalam mengembangkan Joho Kampoeng HEPI sebagai *Urban Tourism*.

2. Menganalisis Joho Kampung HEPI setelah ditetapkan sebagai kampung tematik yang menjadi elemen primer *Urban Tourism* di Kota Surakarta tersebut tidak bisa tumbuh secara berkelanjutan

1.5 Kegunaan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini berguna untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang administrasi publik berkaitan dengan menganalisis modal sosial dalam *Urban Tourism* di Joho Kampoeng HEPI Kota Surakarta.
2. Penelitian ini berguna dalam membantu mengevaluasi dan melakukan peningkatan terkait pengembangan kampung wisata di Joho Kampoeng HEPI dan berguna untuk referensi serta pedoman penelitian selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berpikir dari hasil selama proses pembelajaran dalam perkuliahan serta menambah wawasan dan pengalaman serta pengetahuan peneliti.

2. Bagi Pihak Terkait

Penelitian ini berguna untuk memberikan inovasi, evaluasi, dan masukan yang bermanfaat bagi warga Kampung Joho dan Pemerintah Kota Surakarta dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata dan

menambah fasilitas guna mendukung pengembangan Joho Kampoeng
HEPI

1.6 Kajian Teori

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ditunjukkan untuk memperoleh informasi tentang penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa peneliti tidak melakukan plagiarisme terhadap penelitian sebelumnya sehingga dapat menunjukkan orisinalitas dari penelitian ini. Penelitian terdahulu yang telah dikaji tersebut difokuskan pada penelitian yang berhubungan dengan modal sosial dalam pengembangan pariwisata perkotaan, khususnya dalam pengembangan *Urban Tourism*.

Faully dan Wiloso (2021) melakukan penelitian dalam rangka menjelaskan peran modal sosial dalam pengembangan kampung wisata berbasis komunitas di Kauman Kidul, Kota Salatiga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus terhadap salah satu kelompok sadar wisata di daerah tersebut. Hasil studi ini menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata Sitalang memainkan peran penting dalam membangun kampung wisata Kauman Kidul, Kota Salatiga, melalui penggunaan modal sosial yang meliputi norma, kepercayaan, dan jejaring sosial. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman dan analisis mengenai peran serta kontribusi modal sosial dari masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan konsep kemitraan dalam konteks pariwisata.

Sejalan dengan penelitian di atas, Tiyasmono dkk. (2019) melakukan penelitian untuk menyusun model konseptual mengenai hubungan antara modal sosial dan pengembangan desa wisata untuk menggambarkan suatu konsep pengembangan desa wisata yang berbasis pada pemanfaatan modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur untuk menjelaskan model pengembangan desa wisata yang berbasis pada modal sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan strategis antara modal sosial dan pengembangan desa wisata, di mana modal sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa melalui pengembangan desa wisata lokal sehingga dapat menjadikan desa tersebut sebagai destinasi atau objek wisata. Kontribusi penelitian ini terhadap literatur terkait adalah penambahan pemahaman mengenai hubungan modal sosial dalam pengembangan desa wisata di suatu daerah.

Yudha, dkk. (2019) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi model pariwisata perkotaan yang integratif berbasis modal sosial untuk memahami perilaku masyarakat dalam pengembangan pariwisata perkotaan dengan pendekatan *collaborative governance*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal sosial menjadi faktor utama dalam mendorong pengembangan pariwisata perkotaan dengan pendekatan *collaborative governance* yang dapat mengembangkan destinasi wisata melalui penguatan modal sosial secara berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penelitian yang

dilakukan penulis terkait dengan memberikan gambaran tentang modal sosial dalam pengembangan pariwisata perkotaan atau *Urban Tourism*.

Kemudian berkaitan dengan modal sosial, Alfianti, dkk. (2021) melakukan penelitian untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk modal sosial masyarakat dan kendala yang dihadapi selama pengembangan pariwisata ekowisata di Desa Marente, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan penggunaan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan. Modal sosial masyarakat Desa Marente dalam pengembangan ekowisata terdiri dari nilai, norma, kepercayaan, dan jaringan. Namun, terdapat kendala yang terkait dengan dana, sarana dan prasarana, teknologi, SDM yang kurang kompeten, kesadaran masyarakat yang kurang, dan kebersihan lingkungan. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya untuk mengatasi kendala-kendala tersebut. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada lokasi penelitian dan fokus pada modal sosial yang diteliti.

Windiani dkk. (2022) juga melakukan penelitian yang berfokus pada peran modal sosial dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kawasan wisata Lumbung Stroberi Kota Batu Malang. Penelitian ini mengeksplorasi konsep modal sosial, kolaborasi, dan pembangunan berkelanjutan melalui metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial memainkan peran yang strategis dalam pengembangan Lumbung Stroberi sebagai tujuan wisata berkelanjutan di Kota Batu dengan menggarisbawahi pentingnya keterlibatan masyarakat, kepercayaan, dan nilai-nilai bersama dalam mendorong praktik pariwisata berkelanjutan. Hal ini juga didukung dengan adanya keterlibatan dari

pemangku kepentingan lokal, termasuk pejabat pemerintah, organisasi pemuda, dan petani stroberi untuk mencapai keberhasilan pengembangan wisata berkelanjutan di daerah tersebut.

Ningsih dkk. (2023) melakukan penelitian dengan melakukan analisis yang berfokus pada modal sosial dalam pengembangan pariwisata Taman Nangkula di Desa Kendalbulur, Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menyoroti modal sosial yang ada dalam Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), termasuk di dalamnya norma-norma sosial yang berasal dari nilai-nilai masyarakat, kepercayaan, dan jaringan sosial yang didirikan dengan berbagai pihak. Hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial melalui norma sosial, kepercayaan, dan jejaring sosial tersebut memperkuat ikatan di dalam Taman Pokdarwis Nangkula, memfasilitasi kerja tim yang efektif, pemecahan masalah, dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Selanjutnya, Vongvisitsin (2022) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengeksplorasi peran modal sosial dalam mempromosikan kerja sama dan kolaborasi antara penduduk perkotaan dan pemangku kepentingan pariwisata, dan mengusulkan model yang optimal untuk memfasilitasi partisipasi masyarakat melalui *Community-Based Tourism* (CBT) di Bangkok, Thailand. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal sosial dan partisipasi masyarakat adalah mitra untuk mengoperasionalkan proses pembangunan CBT perkotaan. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan model CBT perkotaan untuk menggambarkan peran interaktif modal sosial dan partisipasi

masyarakat dalam CBT perkotaan menuju tujuan inklusif dan kolektif. Kontribusi yang diberikan oleh penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana bentuk modal sosial dalam pariwisata.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2021) bertujuan untuk mengidentifikasi peran modal sosial dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan dan menganalisis dampak dari peran pemerintah, partisipasi masyarakat, dan modal sosial terhadap kualitas destinasi wisata berkelanjutan di Kelurahan Serangan, Denpasar, Bali. Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menganalisis data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan informan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran modal sosial, terutama dalam norma di Kelurahan Serangan, memiliki peranan penting dalam pengembangan desa wisata, dengan norma-norma desa adat di Kelurahan Serangan masih sangat kuat. Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus lokus penelitian yang digunakan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Aji & Fariza (2022) memiliki tujuan untuk memberikan gambaran terhadap pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Pentingsari. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa modal sosial memiliki peran dalam mengembangkan pariwisata di Desa Wisata Pentingsari melalui sistem sosial kemasyarakatan di mana masyarakat secara bersama-sama melakukan pengembangan terhadap pariwisata dan menikmati keuntungan yang dihasilkan

secara bersama-sama. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pembahasan yang akan dikaji terkait dengan proses terbentuknya modal sosial dalam pengembangan *Urban Tourism*.

Apabila modal sosial dikaitkan dengan aktivitas *Urban Tourism*, Penelitian Cahyani, dkk (2020) bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian Kampung Tematik di Kota Surakarta sebagai elemen utama dalam konsep *Urban Tourism* dengan menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Analisis hasil menunjukkan bahwa persentase kesesuaian Kampung Tematik di Kota Surakarta sebagai elemen utama *Urban Tourism* adalah 33%. Rendahnya angka ini disebabkan oleh kekurangan atraksi wisata dan fasilitas yang bervariasi di beberapa Kampung Tematik. Studi ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman elemen-elemen *Urban Tourism*, khususnya elemen utama yang terkait dengan kampung tematik. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah metode penelitian yang digunakan.

Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa modal sosial memiliki peran dan determinan utama dalam proses pengembangan dalam pariwisata karena hal ini berkaitan dengan pariwisata perkotaan. Dengan kata lain, antara modal sosial dan proses pengembangan pariwisata memiliki hubungan yang strategis terkait dengan keberadaan modal sosial yang mampu menambah keterlibatan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan *Urban Tourism* dengan timbulnya kepercayaan dan penerapan nilai serta norma yang berlaku dalam masyarakat tersebut. Nilai kepercayaan yang ada akan semakin memperkuat kerja sama di antara masyarakat dalam

mengembangkan *Urban Tourism* yang mampu menciptakan relasi-relasi sosial terutama dengan melibatkan pemerintah sebagai aktor yang juga berperan dalam mengelola *Urban Tourism*.

1.6.2 Administrasi Publik

Administrasi dalam konteks kerjasama antara individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, memiliki relevansi yang signifikan dalam berbagai sektor, termasuk dalam ranah publik yang dikenal sebagai Administrasi Publik. Menurut Woodrow Wilson (dalam Syafri, 2012) menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan praktik dari kegiatan pemerintah karena pemerintah memiliki tujuan untuk melakukan pelaksanaan urusan publik secara efisien dan sesuai dengan keinginan rakyat. Administrasi Publik merupakan bentuk penerapan hukum yang rinci dan sistematis di mana setiap penerapan hukum menjadi tindakan administrasi. Administrasi Publik menjadi bagian dari disiplin ilmu yang bertujuan dalam memecahkan persoalan publik atau menyempurnakan bidang organisasi sumber daya manusia, dan keuangan. Salah satu bentuk persoalan publik adalah terkait dengan proses pengembangan pariwisata di suatu daerah. Dalam lingkup administrasi publik, pemerintah memainkan peran penting dalam pengembangan objek wisata melalui berbagai aspek, termasuk perencanaan, pengaturan, dan pelaksanaan kebijakan yang berkaitan dengan sektor pariwisata.

Pemerintah Kota Surakarta, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, bertanggung jawab untuk menyusun dan melaksanakan regulasi yang mendukung pengembangan infrastruktur pariwisata dan mengelola sumber daya manusia terkait dengan industri pariwisata agar mampu memfasilitasi

pertumbuhan dan peningkatan kualitas objek pariwisata di Kota Surakarta serta mampu meningkatkan daya tarik dan kontribusi ekonomi sektor pariwisata bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

1.6.3 Paradigma Manajemen Publik

Manajemen berasal dari bahasa Inggris *to manage* yang artinya mengatur (Hasibuan, 2016: 1). Menurut Oey Liang Gie (dalam Safri, 2017: 155) mendefinisikan manajemen adalah seni dan ilmu dalam mengorganisir, mengarahkan, merencanakan, mengawasi, dan mengkoordinasikan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan pengelolaan juga dilakukan di sektor publik. Hal tersebut dikenal dengan sebutan manajemen publik. Menurut Nor (2014) manajemen publik merupakan manajemen pemerintah dalam melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, dan pengelolaan terhadap pelayanan kepada masyarakat.

Manajemen publik telah mengalami pengembangan dari bentuk awal yang semakin mengalami perubahan hingga saat ini. Paradigma awal dikenal dengan sebutan administrasi negara klasik atau *Old Public Administration* (OPA). Kemudian teori tersebut berkembang menjadi ilmu baru yang dikenal sebagai ilmu administrasi negara baru atau *New Public Administration* (NPA). Teori administrasi tersebut akhirnya berkembang menuju sebuah bentuk alternatif berupa manajemen. Paradigma baru tersebut dikenal sebagai *New Public Management* (NPM) yang lebih menekankan pada nilai-nilai efisiensi, produktivitas, dan bisnis ke dalam sektor publik (Alamsyah, 2016).

Paradigma manajemen kembali berkembang yang ditandai dengan kemunculan paradigma terbaru yang berbasis pelayanan. Paradigma tersebut dikenal dengan istilah *New Public Service* (NPS) merupakan paradigma yang lebih menekankan pada premis-premis di mana menjamin adanya pemenuhan kesejahteraan warga negara sebagai tujuan utamanya (Tapiheru, 2007). Paradigma selanjutnya disebut dengan *Governance* yang menyoroti terkait pentingnya tata kelola yang baik dalam penyelenggaraan urusan publik. Penelitian ini akan berfokus kepada teori *Governance* dengan membahas adanya kelembagaan, nilai, dan proses dalam pelaksanaannya yang berkaitan dengan modal sosial. Menurut Sulaeman dan Homzah (2014), konsep modal sosial merupakan modal sumber daya berupa jaringan kerja dengan kepemilikan pengetahuan terhadap nilai, norma, dan kelembagaan atau struktur sosial yang diliputi oleh semangat kerja sama dan kepercayaan sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap suatu kegiatan yang dilakukan.

1.6.4 Governance

Menurut Bovaird (dalam Subhan, 2019) mendefinisikan *governance* dengan menitikberatkan pada kekuasaan yang dimiliki oleh para pemangku kebijakan dalam rangka mengambil keputusan, artinya *governance* merupakan sebuah kumpulan peraturan, struktur, dan prosedur yang memberikan adanya kekuasaan kepada para *stakeholders* untuk memberikan pengaruh terhadap keputusan yang menyangkut kesejahteraan masyarakat. Selain itu, terdapat tiga komponen kelembagaan yang membangun konsep *governance* menurut Sedarmayanti (2003),

yaitu pemerintah atau negara, sektor privat atau swasta, dan masyarakat yang mana ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dan berinterelasi.

Interaksi yang terjalin antaraktor tersebut terjadi di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata menuju pariwisata yang berkelanjutan mampu menjadi faktor yang mendukung pengembangan kualitas pembangunan dan perekonomian daerah maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat (Silayar dkk., 2021). Dalam mewujudkan hal di atas, maka diperlukan adanya berbagai peran serta dari berbagai pihak atau *stakeholders* untuk melakukan pemerintahan kolaborasi (*collaborative governance*). Ansell dan Gash (dalam Noor dkk., 2022) mengartikan *Collaborative Governance* sebagai pendekatan pengelolaan pemerintahan yang melibatkan pemangku kepentingan non-pemerintah secara aktif, dengan menekankan pada pencapaian kesepakatan bersama dan dialog dalam proses pengambilan keputusan kolektif, yang bertujuan untuk pembuatan atau implementasi kebijakan dan program publik. Selaras dengan hal tersebut, Henton (dalam Noor dkk., 2022) menyampaikan terkait *collaborative governance* tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan masyarakat, meningkatkan inklusivitas partisipasi dalam proses pengambilan keputusan, memperluas jangkauan kemitraan antara pemangku kepentingan masyarakat, meningkatkan kualitas dialog musyawarah, serta memperkuat akuntabilitas dan kepercayaan terhadap pemerintah.

Dengan demikian, *Governance* menyangkut adanya kelembagaan, nilai, dan proses dalam pelaksanaannya. Kelembagaan dalam organisasi pemerintah

diharapkan dapat menampung tuntutan masyarakat dan mampu menjadi wadah terhadap sumber daya manusia aparatur yang profesional. Penelitian ini termasuk ke dalam paradigma *Governance*. Dalam hal ini, terjadi suatu bentuk keselarasan antara pemerintah dan masyarakat khususnya dalam menuju pembangunan berkelanjutan yang didukung oleh adanya kesatuan antara pemerintahan, sektor swasta, dan masyarakat dalam mencapai pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Dukungan para pemangku kepentingan, khususnya pemerintah, dinilai sangat penting untuk memperkuat modal sosial. Hal tersebut berkaitan dengan modal sosial yang diidentifikasi menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan pariwisata, seperti pariwisata perkotaan atau *Urban Tourism*. Selain itu, modal sosial juga memiliki peran penting dalam menumbuhkan motivasi, peluang, dan meningkatkan keterampilan, khususnya pada masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata melalui pendekatan *collaborative governance* (Yudha dkk., 2019).

1.6.5 Modal Sosial

Modal sosial merupakan sebuah sumber daya yang terdapat di dalam suatu hubungan sosial yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi dan kelompok (Hauberer, 2011). Menurut Chen *et al.* (2011) menjelaskan bahwa modal sosial dianggap sebagai sebuah nilai yang menggambarkan adanya rasa saling percaya antara masyarakat dengan pemimpinnya. Modal sosial juga dianggap sebagai kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat dalam suatu kelompok untuk melakukan kerjasama dalam membangun jaringan dalam rangka mencapai suatu tujuan bersama (Hasbullah, 2006). Adanya kerjasama tersebut dilengkapi dengan

bentuk interelasi yang saling memberikan keuntungan atau timbal balik yang dibangun berdasarkan rasa kepercayaan dan dilandaskan dengan nilai-nilai serta norma sosial yang positif dan kuat.

Pierre Bourdieu (dalam Usman, 2018) mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan hal-hal yang terdiri dari jejaring, hubungan saling menghargai serta sumber daya nyata dan potensial. Aktor dalam jejaring ini memiliki tujuan bersama untuk membentuk ikatan sosial yang dapat digunakan sebagai aset untuk menghasilkan keuntungan baik secara sosial maupun komersial. Bourdieu menyoroti beberapa aspek dari modal sosial, khususnya sumber daya yang terkait dengan jejaring sosial dan partisipasi dalam kelompok. Sumber daya tersebut menjadi hal yang diperlukan oleh individu atau kelompok untuk membentuk suatu jaringan yang efektif dengan saling menghargai dan memberikan perhatian sehingga hubungan yang terjalin dapat lebih bertahan lama.

Menurut James S. Coleman (dalam Field, 2018) menjelaskan bahwa salah satu cara untuk memberikan gambaran terkait bagaimana individu atau aktor berusaha untuk bekerja sama melalui suatu hubungan sosial dengan mencakup berbagai entitas adalah dengan menggunakan konsep modal sosial. Secara umum, hal ini terdiri dari beberapa unsur terkait struktur sosial yang akan memungkinkan perilaku tertentu bagi individu atau aktor tertentu yang bekerja sama dalam struktur tersebut. Coleman menjelaskan bahwa modal sosial tersebut terikat dalam struktur hubungan antara para aktor sehingga akan memudahkan untuk melakukan suatu kegiatan dalam sebuah struktur sosial dan melibatkan jaringan yang luas di mana

hubungan yang terjalin akan diatur oleh tingkat kepercayaan yang tinggi dan nilai-nilai yang dijunjung bersama.

Menurut Robert D. Putnam (2000), modal sosial adalah elemen kehidupan sosial yang mencakup norma, jaringan, dan kepercayaan yang mendorong sekelompok individu untuk bekerja sama efektif guna mencapai tujuan bersama. Hal tersebut menunjukkan bahwa modal sosial dapat dianggap sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja sama berdasarkan saling percaya dan saling menguntungkan. Pengetahuan seseorang terkait dengan berbagai peluang yang dapat dihasilkan untuk kepentingan masyarakat juga dapat ditingkatkan melalui modal sosial. Putnam menjelaskan bahwa modal sosial dibentuk melalui jejaring sosial dan merupakan bagian alami dari hubungan sosial. Adapun komponen modal sosial tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kepercayaan

Putnam berpendapat bahwa dasar dari tindakan moral dan dasar di mana modal sosial dibangun adalah kepercayaan. Suatu kerjasama difasilitasi oleh rasa kepercayaan. Putnam menambahkan bahwa kemampuan untuk mengambil peluang dalam interaksi sosial dikenal sebagai kepercayaan sosial dan hal tersebut didasarkan pada keyakinan bahwa orang akan bertindak secara saling menguntungkan dan sesuai dengan harapan, atau, setidaknya, tidak melakukan sesuatu yang dapat membahayakan kelompok atau diri sendiri. Kepercayaan menjadi standar yang semakin meningkat dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan melalui perilaku yang kooperatif, jujur, dan teratur berdasarkan norma-norma yang secara luas diakui bersama.

2. Norma

Menurut Inayah (2012), norma sosial adalah serangkaian perilaku yang diharapkan oleh anggota suatu entitas sosial tertentu untuk diikuti dan ditaati. Norma-norma ini biasanya tidak tertulis, tetapi diakui sebagai panduan perilaku yang tepat dalam konteks sosial. Pelanggaran aturan ini dapat mengakibatkan hukuman sosial. Norma sosial memiliki efek yang menguntungkan pada perkembangan masyarakat dengan mempromosikan kebersamaan sosial, yang pada gilirannya menentukan kekuatan interaksi antar individu. Dengan demikian, norma sosial menjadi bagian dari salah satu unsur modal sosial

3. Jaringan

Menurut Putnam (dalam Field, 2018) jaringan didefinisikan sebagai koneksi antara simpul, atau interaksi sosial berdasarkan kepercayaan, baik tertulis maupun tidak tertulis, di antara individu atau kelompok. Jaringan akan membentuk hubungan atau koneksi yang terjalin antar individu atau kelompok dengan memperhatikan nilai-nilai atau norma yang terdapat dalam kehidupan bermasyarakat.

Putnam juga mendefinisikan dua jenis modal sosial lainnya, yaitu:

1. *Bonding Social Capital*

Modal sosial dalam suatu kelompok menciptakan kepercayaan, jaringan, dan norma yang mendukung terbentuknya kerjasama di antara anggota kelompok tersebut.

2. *Bridging Social Capital*

Modal sosial yang terbangun antar kelompok menciptakan jaringan yang lebih luas dan inklusif, sehingga memfasilitasi kerjasama dan koordinasi antara individu dan kelompok yang berbeda.

Woolcock (dalam Voydanoff, 2001) menjelaskan bahwa modal sosial merupakan informasi, kepercayaan, dan norma dari timbal balik yang melekat dalam jaringan sosial. Modal sosial mengacu pada proses antar orang yang membangun jejaring, norma, dan kepercayaan serta memperlancar koordinasi serta kerjasama yang menguntungkan. Woolcock (2010) juga menjelaskan bahwa terdapat tiga tipe modal sosial (*social capital*), yaitu:

1. *Social Bonding*

Ikatan sosial yang berupa nilai, persepsi, dan tradisi atau adat istiadat. Modal sosial berupa ikatan tersebut dikatakan memiliki karakteristik yang kuat apabila masih terdapat sistem kekerabatan dan klen sehingga memiliki rasa empati yang kuat. Hubungan yang terbentuk dalam tipe ini juga mengarah pada bentuknya yang bersifat ke dalam (*inward looking*). Adapun pihak yang berada di dalam hubungan tersebut merupakan kelompok homogen. Dengan kata lain, ikatan sosial yang terjalin merupakan ikatan antar orang yang berada di dalam suatu keadaan yang sama, seperti ikatan kekeluargaan, ikatan pertemanan yang dekat, dan rukun tetangga (Field, 2018).

2. *Social Bridging*

Bentuk hubungan yang berupa lembaga atau mekanisme yang menjadi ikatan sosial yang muncul sebagai respons terhadap beragam karakteristik yang dimiliki dalam suatu kelompok. Hal ini tampak dalam partisipasi publik sebagai warga negara, asosiasi, dan jaringan. Dapat dikatakan bahwa ikatan yang terjalin dalam modal sosial tipe ini lebih terbuka dan beraneka ragam (heterogen) serta ikatan sosial yang terjalin tersebut merupakan ikatan antar orang yang lebih longgar, seperti teman jauh dan teman satu profesi atau pekerjaan (Field, 2018).

3. *Social Linking*

Bentuk relasi atau jaringan sosial tercermin dari hubungan antara berbagai kekuatan atau status sosial yang ada dalam masyarakat. Dalam tipe ini, ikatan sosial yang terjalin merupakan ikatan antar orang yang berada di dalam suatu keadaan yang berbeda, seperti seseorang yang berada di luar jangkauan suatu kelompok atau komunitas (Field, 2018).

Modal sosial menjadi penting keberadaannya di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. Suatu organisasi sosial akan mampu berdiri tegak apabila memiliki kekuatan modal sosial yang memadai. Hal tersebut karena modal sosial menjadi sebuah struktur sosial yang terdiri dari rasa saling percaya, nilai-nilai, norma, dan jaringan yang telah terintegrasi di dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam kehidupan bermasyarakat, modal sosial dapat tumbuh dan berkembang melalui adanya interaksi sosial (Safitri *et al.*, 2021). Mengkaji kualitas interaksi sosial dalam masyarakat biasanya menarik bagi mereka yang mempelajari modal sosial,

terutama terkait dengan pola interaksi sosial atau hubungan antara kelompok yang berpartisipasi dalam sebuah kegiatan sosial atau di antara anggota masyarakat.

Modal sosial memiliki peran penting dalam proses pengembangan pariwisata, terlebih yang melibatkan masyarakat dalam pengembangannya. Modal sosial menjadi salah satu faktor utama yang dapat mendorong perkembangan pariwisata, seperti *Urban Tourism*. Menurut Muntasib dkk. (2019) berpendapat bahwa masyarakat yang memiliki tingkat modal sosial yang tinggi akan berpotensi lebih besar untuk dapat melakukan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan melalui suatu bentuk pemberdayaan masyarakat. Proses pemberdayaan tersebut membutuhkan adanya kepercayaan, jaringan, nilai dan norma, dan keterlibatan masyarakat itu sendiri melalui sebuah bentuk kerjasama. Hal tersebut disebabkan apabila masyarakat dengan modal sosial yang kuat akan memiliki lingkungan fisik yang lebih bersih, sehat, dan ramah. Masyarakat tersebut cenderung telah terbiasa dengan hidup berdampingan dan saling bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat tinggal mereka. Dengan demikian, modal sosial timbul sebagai akibat dari proses utama yang mendorong masyarakat terutama masyarakat sekitar objek pariwisata untuk ikut terlibat aktif dalam mengembangkan pariwisata (Kusuma, 2015).

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan teori modal sosial oleh Woolcock (2010) dan Putnam (2000). Kedua teori tersebut memiliki jenis atau tipe modal sosial yang saling melengkapi, yaitu adanya *bonding social capital*, *bridging social capital*, dan *linking social capital*. Adapun jenis atau tipe modal sosial dari kedua ahli tersebut memiliki masing-masing indikator, yaitu:

Tabel 1. 1 Unsur Modal Sosial Menurut Ahli

No.	Ahli	Jenis Modal Sosial	Indikator
1.	Woolcock (2010)	<i>Bonding Social Capital</i>	1. Ikatan yang kuat 2. Norma sosial 3. Rasa kebersamaan 4. Kepercayaan
		<i>Bridging Social Capital</i>	1. Jaringan komunitas 2. Jaringan informasi
		<i>Linking Social Capital</i>	Relasi atau jaringan sosial yang dimiliki oleh aktor
2.	Putnam (2000)	<i>Bonding Social Capital</i>	1. Kohesi sosial 2. Identitas sosial 3. Kepemimpinan dalam kelompok
		<i>Bridging Social Capital</i>	1. Kepercayaan sosial 2. Kolaborasi
		<i>Linking Social Capital</i>	Tidak menyebutkan indikatornya

Dengan modal sosial yang kuat, memungkinkan terbentuknya jaringan sosial yang kuat, peningkatan kesejahteraan sosial, pemberdayaan masyarakat, penghindaran dan penyelesaian konflik sehingga akhirnya dukungan untuk pembangunan masyarakat pun dapat terwujud. Hal tersebut sesuai terhadap fokus yang dibahas dalam penelitian ini yang mampu mendeskripsikan bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki oleh Joho Kampong HEPI dengan masyarakat yang heterogen. Dengan demikian, teori tersebut membantu peneliti dalam menjelaskan fokus yang akan diteliti dan membantu masyarakat dalam mencapai tujuan bersama, yaitu mengembangkan pariwisata di Joho Kampong HEPI.

1.6.6 *Urban Tourism*

Urban Tourism merupakan salah satu magnet yang mampu menarik kunjungan wisatawan dari dalam dan luar kota dengan memanfaatkan fasilitas perkotaan sebagai daya tarik utama. Selaras pengertian *Urban Tourism* menurut *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) ialah salah satu bentuk pariwisata *urban* yang didasarkan pada ekonomi dengan fokus pada pemerintahan, industri/manufaktur, perdagangan, jasa, dan transportasi, serta karakteristik atributnya yang lengkap. Menurut Peter Robinson (dalam Annisa F, 2020:28) mendefinisikan *Urban Tourism* sebagai bagian dari sektor pariwisata kota yang mencakup aktivitas wisatawan dari luar dan dalam negeri serta penduduk lokal di daerah perkotaan. Kehadiran *Urban Tourism* seharusnya didukung oleh konteks alam, bangunan, fasilitas, dan infrastruktur yang ada. Menurut Law (1992) menyebutkan bahwa terdapat perbedaan antara *Urban Tourism* dengan pariwisata umum. Perbedaan tersebut terletak pada subjek wisatanya. Dalam *Urban Tourism*, masyarakat dalam kota tersebut memiliki peran sebagai pemilik, pemandu, dan juga sebagai wisatawan.

Urban Tourism menurut Egam, dkk. (2018) merupakan fenomena yang kompleks di mana sebuah kota tidak hanya dijadikan tujuan wisata, tetapi juga menjadi pusat berbagai kegiatan yang terjadi. Sementara itu, menurut Garbea (2013), *Urban Tourism* berfungsi sebagai *platform* untuk mempersembahkan semua daya tarik dari suatu kota kepada pengunjung, baik dari luar maupun dari dalam masyarakat setempat, melalui berbagai bentuk pariwisata yang menghibur dan berkontribusi terhadap pembangunan dan regenerasi perkotaan.. Menurut

Jurdana dan Sušilović (2006), *Urban Tourism* berperan penting dalam mendukung pengembangan kota sebagai “*spatial unit of pleasant living*” yang artinya adalah bagian dari unit spasial kehidupan yang menyenangkan. Namun, *Urban Tourism* tidak hanya menjadi unit spasial kehidupan yang menyenangkan, tetapi juga menjadi salah satu pendorong dalam ekonomi pariwisata. *The European Commission* (2000) menjelaskan bahwa *Urban Tourism* adalah sekumpulan sumber daya wisata yang terdapat di kota dan disediakan bagi pengunjung dari luar daerah. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Urban Tourism* merupakan suatu aktivitas ataupun kumpulan sumber daya yang dimiliki oleh suatu kota yang mampu menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi kota tersebut karena pariwisata bukan menjadi aktivitas utama dari kota itu sendiri.

Urban Tourism sebagai salah satu konsep dari pengembangan pariwisata memiliki beberapa komponen di dalamnya. Menurut Garbea (2013) membagi *Urban Tourism* kedalam tiga elemen utama, yaitu:

- 1. Elemen Primer**, mencakup penyediaan fasilitas untuk kegiatan pariwisata, seperti fasilitas budaya, olahraga, hiburan, dan elemen relaksasi, termasuk faktor-faktor hiburan dan relaksasi.
- 2. Elemen Sekunder**, meliputi akomodasi hotel, restoran, pasar, pusat perbelanjaan, dan lain sebagainya.
- 3. Elemen Tambahan**, meliputi aksesibilitas dan tempat parkir serta fasilitas penunjang yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti kantor informasi dan pemandu wisata.

Hunt (dalam Muntiaha dkk., 2018) menyebutkan bahwa salah satu prioritas utama dari tujuan *Urban Tourism*, yaitu identifikasi, penilaian, pemasaran, dan pengelolaan *image*. Menurut Cooper (dalam Aziz, 2021), terdapat beberapa persyaratan yang harus dimiliki oleh suatu tempat agar bisa menjadi sebuah destinasi wisata dengan unsur-unsur pendukung sebagai berikut:

1. *Attractions* (objek dan daya tarik)

Berguna untuk menarik wisatawan, baik daya tarik berupa alam, seperti wisata flora dan fauna, karya manusia atau masyarakat, seperti museum, wisata agro (pertanian), wisata air, taman rekreasi dan tempat hiburan serta wisata budaya, seperti pertunjukkan seni, peninggalan sejarah, dan lain sebagainya.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Berguna untuk memudahkan wisatawan domestik maupun mancanegara untuk mencapai tujuan ke tempat wisata. Akses yang baik akan mampu menunjang akomodasi yang dibutuhkan para wisatawan.

3. *Amenities and Accomodation* (Amenitas dan Akomodasi)

Mencakup fasilitas pendukung pariwisata, yaitu akomodasi, restoran, toko souvenir, layanan perbankan, telekomunikasi, pos, layanan kesehatan, fasilitas penukaran mata uang, pusat informasi pariwisata, serta fasilitas kenyamanan lainnya.

4. *Institutions* (Kelembagaan)

Adanya organisasi terkait dengan destinasi pariwisata berperan penting dalam mendukung implementasi kegiatan pariwisata, termasuk dalam peran sebagai tuan rumah (*host*) bagi masyarakat setempat.

Apabila konteks modal sosial dikaitkan dengan *Urban Tourism* akan memiliki makna bahwa nilai, norma, kepercayaan, dan jejaring sosial sebagai unsur modal sosial mampu mempengaruhi dan mendukung pengembangan *Urban Tourism*. Pemahaman tersebut akan menjelaskan bagaimana kontribusi modal sosial dalam memperkuat keberlanjutan pariwisata melalui unsur-unsur *Urban Tourism*, seperti atraksi wisata, aksesibilitas, akomodasi, dan kelembagaan yang membentuk suatu destinasi wisata perkotaan. Maka dari itu, modal sosial dapat menjadi suatu kekuatan penggerak dalam membangun keterlibatan atau partisipasi masyarakat, membantu meningkatkan kualitas layanan pariwisata, menciptakan jaringan atau ikatan sosial dan membentuk kolaborasi antar *stakeholders* terkait dalam pengembangan wisata.

1.6.7 Kampung Tematik

Kampung tematik merupakan salah satu program yang bertujuan untuk melaksanakan perbaikan terhadap kualitas pemukiman warga. Program kampung tematik saat ini telah menjadi salah satu program yang sudah banyak dicanangkan di beberapa wilayah Indonesia. Menurut Kloczko-Gajewska (dalam Cahyani dkk., 2020) mengatakan bahwa kampung tematik merupakan kampung yang masyarakatnya mengambil keputusan untuk melakukan pengembangan terhadap daerah mereka berdasarkan sebuah gagasan yang kemudian membuat kampung

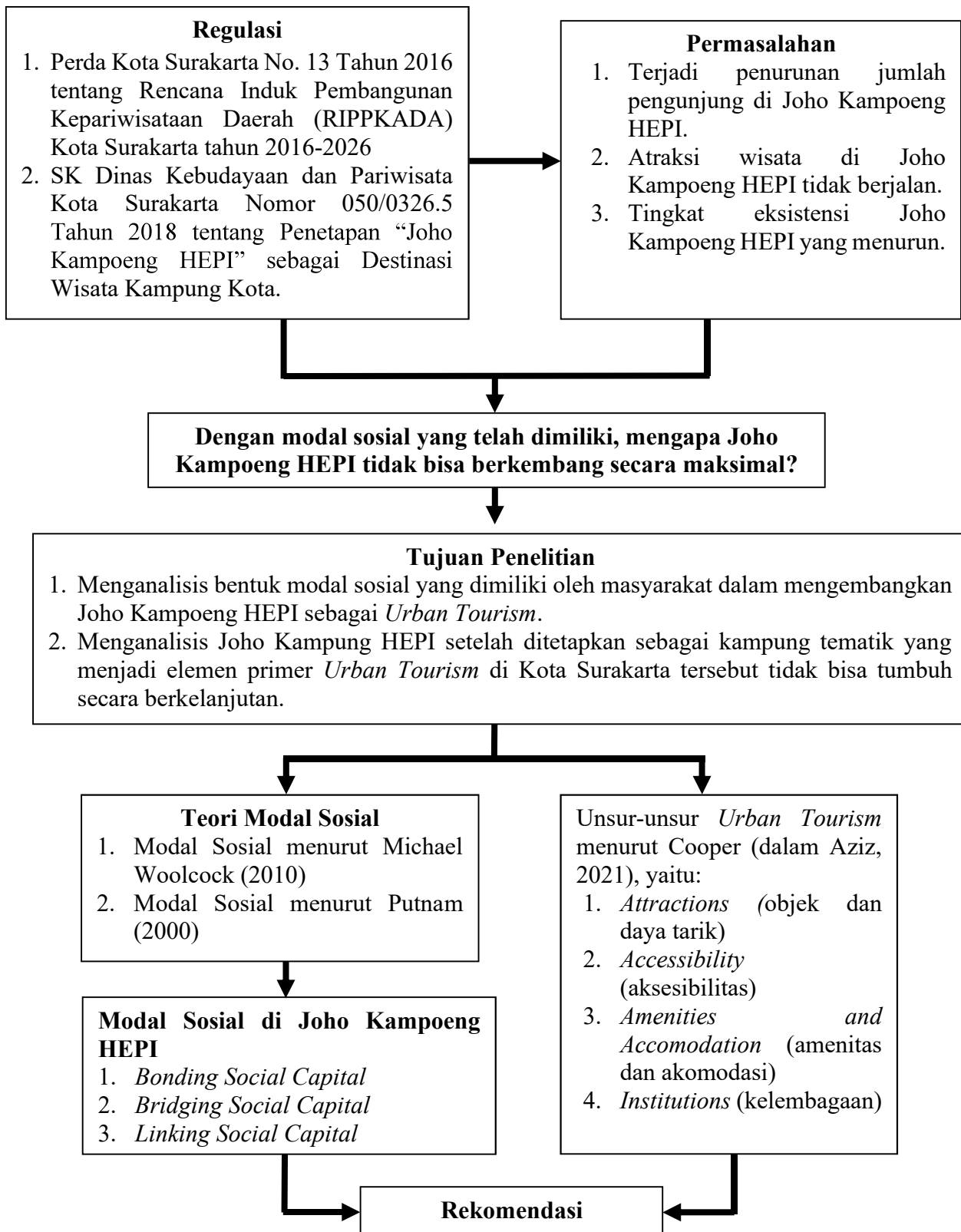
tersebut memiliki ciri khas dan dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat luas menjadi salah satu kampung yang terbaik. Menurut Irwandi *et al.*, (2019) mengatakan bahwa selain meningkatkan kualitas pemukiman warga, tujuan dari kampung tematik adalah untuk mengoptimalkan potensi sosial ekonomi melalui program pemberdayaan, meningkatkan nilai-nilai kearifan lokal, dan memperkuat identitas kampung agar dapat dijadikan sebagai ikon yang membedakan kampung tersebut. Menurut Kloczko-Gajewska (dalam Sukowati, 2022) menyebutkan kampung tematik dapat menjadi suatu inovasi sosial. Hal tersebut karena keberadaanya lahir dari kreativitas suatu komunitas maupun masyarakatnya.

Menurut Irhandyaningsih (2018) menyebutkan bahwa terciptanya kampung tematik harus memperhatikan potensi yang dimiliki oleh masyarakat dan kampung itu sendiri sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan mampu membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Menurut Imran dan Mbulu (dalam Bastian, 2020) berpendapat bahwa keterlibatan kreativitas masyarakat adalah hal yang sangat penting untuk menghasilkan inovasi dalam meningkatkan daya tarik pariwisata suatu destinasi kampung tematik sehingga dapat berkelanjutan dalam jangka panjang. Dengan terciptanya kampung tematik tersebut juga mampu mendorong orientasi pembangunan ekonomi di sektor pariwisata. Hal tersebut selaras dengan pendapat Foso dan Kahane (dalam Bastian, 2020) bahwa kampung tematik dapat berdampak positif apabila masyarakat sebagai salah satu unsur di dalamnya mampu ikut serta dengan melihat hal yang positif terkait potensi dan kawasan serta mampu melihat peluang agar memiliki

pendapatan yang menjanjikan. Menurut Bastian (2020) pembentukan kampung tematik memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menyediakan solusi untuk mengurangi kemiskinan, membantu memenuhi kebutuhan masyarakat, menangani disparitas ekonomi, dan mengurangi tingkat pengangguran
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta merangsang daya beli masyarakat
3. Mengidentifikasi dan menggali potensi ekonomi lokal berdasarkan karakteristik demografi masing-masing wilayah
4. Meningkatkan kualitas lingkungan yang bersih, sehat, dan layak huni
5. Mengedukasi dan membangkitkan kesadaran, tanggung jawab, serta memberdayakan masyarakat dalam menjaga lingkungan sebagai tempat tinggal
6. Meningkatkan solidaritas sosial melalui semangat kekeluargaan dan gotong royong dalam pembangunan wilayah
7. Membangun kesadaran dan citra destinasi pariwisata yang bersaing dalam pasar global

1.7 Kerangka Pikir Penelitian



1.8 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan proses menguraikan konsep penelitian menjadi elemen-elemen yang dapat diukur dan dipahami, sehingga selaras dengan konsep-konsep teoritis yang telah dibahas sebelumnya. Dalam penelitian ini, akan dijelaskan terkait dengan konteks modal sosial dalam pengembangan *Urban Tourism* di Joho Kampeong HEPI. Terdapat dua konsep teori atau fenomena yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Modal Sosial di Joho Kampeong HEPI

Peneliti akan menganalisis bentuk-bentuk modal sosial yang terbentuk di Joho Kampeong HEPI dengan tiga tipe menggunakan teori modal sosial menurut Woolcock (2010) dan Putnam (2000) yang dapat dilihat melalui beberapa fenomena. Adapun sub fenomena penelitian disesuaikan dengan hasil observasi lapangan, yaitu sebagai berikut:

a. *Bonding Social Capital* (modal sosial mengikat)

Konsep ini dijelaskan berdasarkan indikator oleh Woolcock (2010) yang menjelaskan adanya ikatan sosial dalam suatu sistem kemasyarakatan. Sub fenomena ini berasal dari teori ikatan sosial menurut Nisbet (dalam William, 2018) bahwa ikatan sosial yang terjalin dalam masyarakat dapat diketahui melalui beberapa indikator, yaitu:

1) Interaksi Sosial

Menurut Wahyu (dalam Domitila et al., 2021) terdapat beberapa indikator dalam interaksi sosial, antara lain komunikasi, empati, dan timbulnya rasa positif di dalam masyarakat.

2) Nilai dan Norma Sosial.

Menurut Wahyu dan Atmazaki (dalam Saputra, 2021), terbentuknya nilai dan norma sosial dapat dilihat melalui adanya beberapa indikator, yaitu solidaritas dan partisipasi, kerjasama dalam masyarakat, dan membangun rasa saling percaya dalam masyarakat.

b. *Bridging Social Capital* (modal sosial menjembatani)

Konsep ini dijelaskan berdasarkan indikator oleh Putnam (2000) yang menjelaskan adanya kolaborasi antar individu atau kelompok dan memungkinkan terbentuknya struktur jaringan yang lebih luas dan inklusif. Sub fenomena ini berasal dari teori kolaborasi menurut De Seve (2014), yaitu struktur jaringan, tata kelola, dan penyaluran informasi.

c. *Linking Social Capital* (modal sosial mengaitkan)

Konsep ini dijelaskan berdasarkan indikator oleh Woolcock (2010) yang menjelaskan adanya relasi atau koneksi yang dimiliki antar aktor. Sub fenomena ini berasal dari teori jaringan sosial oleh Woolcock (2010), yaitu peran yang dimiliki oleh aktor terkait.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana bentuk modal sosial yang terdapat di Joho Kampong HEPI tersebut memberikan andil dalam memperkuat keberlanjutan pariwisata melalui aspek-aspek tertentu dari *Urban Tourism* yang akan dijelaskan pada konsep berikutnya.

2. *Urban Tourism*

Dalam penelitian ini, *Urban Tourism* menjadi fenomena kedua yang akan diteliti. Hal ini berkaitan dengan konteks modal sosial dalam *Urban Tourism*

yang menjelaskan bagaimana kontribusi yang diberikan oleh modal sosial dalam memperkuat keberlanjutan pariwisata melalui aspek-aspek tertentu dalam *Urban Tourism*. Peneliti memberikan penjelasan terhadap *Urban Tourism* bahwa hal tersebut merupakan sumber daya yang dimiliki oleh suatu kota sebagai daya tarik wisata dengan beberapa unsur menurut Cooper (dalam Aziz, 2021), yaitu:

a. *Attractions* (objek dan daya tarik)

Unsur atraksi menjelaskan berbagai bentuk objek dan daya tarik wisata, yaitu 1) bentuk atraksi yang ditawarkan dan 2) ikon atau *landmark* yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata.

b. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas menjadi salah satu unsur *Urban Tourism* yang berkaitan dengan dua hal, yaitu 1) kemudahan akses bagi para wisatawan untuk menuju suatu destinasi wisata dan 2) tersedianya sarana transportasi dan infrastruktur yang memadai di sekitar destinasi wisata.

c. *Amenities and Accomodation* (Amenitas dan Akomodasi)

Unsur amenitas dan akomodasi menekankan pada keberadaan sarana prasarana dan fasilitas-fasilitas umum dalam suatu destinasi wisata, yaitu 1) sarana dan prasarana sanitasi (air bersih dan MCK), 2) sarana dan prasarana kebersihan (tempat sampah), 3) restoran, 4) tempat ibadah, 5) penginapan, 6) pemandu wisata, dan 7) akses *Wi-fi*.

d. *Institutions* (Kelembagaan)

Kelembagaan menjadi unsur yang sangat penting dalam pengembangan *Urban Tourism*. Kelembagaan berkaitan dengan adanya organisasi yang berada di tengah-tengah suatu destinasi wisata yang memiliki peran dalam mengatur, mengelola, dan mengembangkan pariwisata serta memberikan fasilitas bagi para aktor terkait dalam melakukan koordinasi dan kolaborasi sehingga mampu mengembangkan pariwisata secara berkelanjutan.

1.9 Fenomena Penelitian

Fenomena penelitian mencakup semua aspek yang terkait dengan semua pertanyaan yang akan dicari oleh peneliti dalam menggambarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan terkait dengan masalah penelitian. Fenomena yang akan diamati dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Fenomena Penelitian

Konsep	Fenomena	Gejala yang diamati di lapangan	Informan			
			1	2	3	4
Modal Sosial	<i>Bonding Social Capital</i> (modal sosial mengikat)	<p>Interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat dengan beberapa indikator, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi yang terbuka dan transparan dalam masyarakat 2. Empati dan kepedulian 3. Rasa positif (persatuan dan kekompakkan) 	✓			✓

Konsep	Fenomena	Gejala yang diamati di lapangan	Informan			
			1	2	3	4
		<p>Nilai dan norma sosial yang berkembang dalam masyarakat dengan beberapa indikator, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Solidaritas dan partisipasi masyarakat 2. Harmoni dan kerjasama 3. Rasa saling percaya 	✓			✓
	<i>Bridging Social Capital</i> (modal sosial menjembatani)	<p>Bentuk kolaborasi yang telah dilakukan dengan beberapa indikator, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Struktur jaringan 2. Tata kelola 3. Berbagi informasi 	✓	✓	✓	
	<i>Linking Social Capital</i> (modal sosial mengaitkan)	<p>Jaringan sosial yang menjelaskan terkait relasi dan peran yang dimiliki oleh aktor terkait.</p>	✓	✓	✓	
<i>Urban Tourism</i>	<i>Attractions</i> (objek dan daya tarik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk atraksi yang ditawarkan. 2. Ikon atau <i>landmark</i> yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata 	✓			✓
	<i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses jalan di sepanjang destinasi wisata 2. Sarana transportasi menuju destinasi wisata 	✓			✓
	<i>Amenities and Accomodation</i> (Amenitas dan Akomodasi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan sarana dan prasarana terkait sanitas (toilet umum dan air bersih) 2. Ketersediaan sarana dan prasarana terkait kebersihan (tempat sampah) 3. Ketersediaan pemandu wisata 4. Ketersediaan restoran atau tempat makan 	✓			✓

Konsep	Fenomena	Gejala yang diamati di lapangan	Informan			
			1	2	3	4
		5. Ketersediaan penginapan 6. Ketersediaan tempat ibadah 7. Ketersediaan akses <i>wi-fi</i> umum				
	<i>Institutions</i> (Kelembagaan)	1. Peran pemerintah dalam pengelolaan pariwisata 2. Peran pengurus objek wisata dalam pengelolaan pariwisata 3. Peran masyarakat dalam pengelolaan pariwisata	✓	✓	✓	✓

Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Informan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengelola Joho Kampoeng Hepi
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta
3. Kelurahan Manahan
4. Masyarakat Kampung Joho

1.10 Metode Penelitian

1.10.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2007) menyatakan bahwa metode kualitatif adalah pendekatan penelitian di mana hasilnya terdiri dari serangkaian deskripsi kata-kata yang menjelaskan fenomena yang diteliti secara

mendalam. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengungkap fakta dan fenomena sosial yang terjadi secara objektif, serta memberikan gambaran terkait kondisi dan masalah yang akan dihadapi. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan fakta atau karakteristik populasi di suatu bidang secara sistematis, cermat, dan faktual. Penelitian kualitatif bekerja secara induktif. Menurut Erliana (dalam Lathifah, 2017) pendekatan induktif merujuk pada metode penelitian yang dimulai dengan pengamatan dan analisis fakta yang ditemukan secara empiris, diikuti dengan pembentukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dan penafsiran data berdasarkan kerangka teoritis yang sesuai, baik dengan teori maupun hukum yang relevan sehingga dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui bagaimana bentuk modal sosial dan kondisi yang terjadi dalam pengelolaan Joho Kampoeng HEPI sebagai salah satu bentuk dari *Urban Tourism*, yaitu kampung tematik yang memuat penjelasan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi dengan melakukan pengamatan, wawancara, dan studi kepustakaan.

1.10.2 Lokus dan Fokus Penelitian

Lokus penelitian merupakan lokasi atau tempat di mana akan dilakukan penelitian terhadap objek yang akan diteliti. Penulis akan memperoleh data-data dari penelitian yang dilakukan di tempat yang diteliti tersebut sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan mampu untuk dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Kampung Joho yang terletak di Jalan Sam Ratulangi, RT 07 RW 10, Kelurahan Manahan, Kecamatan Banjarsari,

Kota Surakarta. Kota Surakarta, tepatnya Joho Kampoeng HEPI. Hal tersebut didukung oleh penelitian dari Cahyani & Sugiarti (2018) bahwa Kota Surakarta memiliki potensi yang cukup memadai untuk penerapan *urban tourism* yang telah dikembangkan oleh pemerintah sejak tahun 2017. *Urban tourism* di Kota Surakarta tersebut berbasis sumber daya lokal yang bersifat *bottom up*, artinya masyarakat setempat diajarkan cara untuk menggali potensi yang ada di daerah mereka masing-masing, salah satunya dengan mengembangkan kampung tematik, seperti Joho Kampoeng HEPI. Keberadaan *urban tourism* berguna untuk menjawab tantangan zaman, khususnya terkait dengan problematika stagnasi objek wisata di Kota Surakarta sehingga tidak mengakibatkan turunnya jumlah wisatawan.

Fokus penelitian menurut Spradley (dalam Sugiyono, 2017) merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dengan situasi sosial. Adapun fokus dalam penelitian ini setelah dilakukannya pengamatan adalah melihat bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat dalam mengembangkan Kampung Joho dan menganalisis Joho Kampoeng HEPI setelah ditetapkan sebagai kampung tematik yang menjadi elemen primer *Urban Tourism* di Kota Surakarta tersebut tidak bisa tumbuh secara berkelanjutan.

1.10.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2013), dalam suatu penelitian, data dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data kuantitatif (numerik), yaitu data yang berupa angka-angka. Dengan kata lain, data ini umumnya dinyatakan dalam bentuk angka yang mampu diukur

besar kecilnya dan bersifat objektif yang mampu ditafsirkan sama oleh orang lain. Data yang dikumpulkan tersebut dilakukan dengan rumus matematika sehingga dapat dianalisis melalui sistem statistik.

2. Data kualitatif (deskriptif), yaitu data yang mempunyai hubungan dengan karakteristik dalam bentuk bukan angka sehingga tidak dapat diukur besar kecilnya. Data ini dapat berupa kata-kata (verbal) yang diperoleh melalui suatu wawancara. Data kualitatif bersifat alami dan biasanya dalam bentuk kata, kalimat, atau gambar, yang menggambarkan kondisi, proses, serta kejadian tertentu.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan menganalisis data yang diperoleh melalui wawancara terhadap informan terkait.

Menurut Sugiyono (2016), sumber data berdasarkan hasil memperolehnya dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data primer, yaitu sumber data yang langsung diberikan kepada peneliti atau orang yang mengumpulkan data yang bersumber dari kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan observasi atau mengamati secara langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap pengelola Joho Kampung HEPI, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, dan masyarakat Kampung Joho, sedangkan untuk observasi lapangan dilakukan dengan kunjungan secara langsung oleh peneliti ke Joho Kampoeng HEPI untuk mendapatkan data-data yang aktual sesuai dengan kondisi terkini.

2. Data sekunder, yaitu sumber data yang tidak diperoleh langsung oleh pengumpul data, melainkan melalui pihak lain atau dokumen yang berfungsi sebagai pelengkap data yang dibutuhkan oleh data primer, disebut sebagai data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kepustakaan untuk memperoleh data melalui internet, media resmi instansi, penelitian terdahulu, jurnal, buku, dan sumber data sekunder lainnya, terutama yang berkaitan dengan foto-foto kampung tersebut.

1.10.4 Subjek Penelitian

Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti harus menata subjek penelitian terlebih dahulu. Subjek tersebut dapat berupa orang, benda, maupun lembaga atau organisasi. Subjek penelitian hendaknya dapat mewakili suatu hal yang sedang diteliti sehingga subjek tersebut harus jelas dan spesifik berkaitan dengan konteks penelitian (Iskandar, 2008:177).

Dalam penelitian ini, subjek penelitian dipilih dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Lenaini (2021) bahwa *Purposive Sampling* adalah metode di mana peneliti memilih sampel dengan sengaja, berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, untuk memastikan representasi yang sesuai dengan konteks riset dan merespons kasus yang diteliti. Adapun yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan alasan bahwa informan tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang tepat sesuai dengan peran yang dimiliki oleh masing-masing informan. Informan yang dimaksud adalah pencetus dan pengelola Joho Kampoeng HEPI, Kepala Bidang Destinasi

dan Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, Lurah Kelurahan Manahan, serta tokoh masyarakat Kampung Joho.

1.10.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah aspek penting dalam penelitian yang berfungsi untuk menghimpun data yang dibutuhkan dalam studi tersebut. Beberapa metode pengumpulan data meliputi sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Afifuddin (2009:131), wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada individu yang berperan sebagai informan atau responden. Wawancara merupakan percakapan yang secara langsung dilakukan antara peneliti dengan responden atau narasumber. Adanya komunikasi tersebut berlangsung dalam bentuk tanya-jawab terkait apa yang masih menjadi pertanyaan bagi seorang peneliti. Peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dalam pengelolaan Joho Kampoeng HEPI, meliputi pengelola Joho Kampung HEPI, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, dan masyarakat Kampung Joho.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap kejadian-kejadian yang berlangsung dan melakukan pencatatan. Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap objek, kondisi, situasi, atau perilaku. Pada penelitian ini, observasi dilakukan untuk melihat realita yang terjadi dalam proses pengelolaan atau

manajemen Joho Kampoeng HEPI. Dengan demikian, observasi ini diharapkan dapat menunjukkan kemajuan dari pengelolaan Joho Kampung HEPI.

3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006:158) dokumentasi merupakan metode atau cara di mana peneliti melakukan penyelidikan terhadap benda-benda tertulis yang kemudian dilakukan pencatatan terhadap hasil temuannya. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan dokumentasi melalui pengambilan gambar atau foto di lingkungan Kampung Joho disertai dengan berita-berita dari media cetak maupun media massa.

4. Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik mengumpulkan data melalui dokumen, majalah, berita, internet, buku-buku, jurnal, tesis, disertasi, penelitian terdahulu, dan lain sebagainya yang digunakan sebagai pendukung dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan melalui buku, penelitian terdahulu, media resmi lembaga terkait, jurnal, internet, dan lain sebagainya untuk mencari data yang relevan dengan penelitian.

1.10.6 Analisis dan Interpretasi Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan dengan metode induktif, di mana penelitian ini tidak menguji hipotesis, melainkan menyusun abstraksi berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Analisis akan dilakukan

secara lebih intensif ketika seluruh data yang diperoleh di lapangan sudah memadai untuk diolah dan disusun menjadi hasil penelitian hingga tahap akhir berupa kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2017:133) mengatakan bahwa proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga data mencapai titik jenuh. Aktivitas yang terlibat meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data, yaitu model Miles, Huberman, dan Saldana (2014) melalui tiga tahapan sebagai berikut:

1. *Data Condensation* (kondensasi data), yaitu tahap melakukan pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakkan, dan proses penyederhanaan atau mentransformasikan data dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Data-data yang dikumpulkan akan bervariasi tergantung dari lamanya peneliti berada di lapangan. Pada tahap ini, peneliti akan mendapatkan data yang benar-benar sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan.
2. *Data display* (penyajian data), yaitu proses menyatukan informasi-informasi yang diperoleh sehingga data dapat disajikan dalam bentuk uraian narasi atau penjelasan yang akan memudahkan dalam memahami suatu hal yang terjadi atau melakukan analisis secara lebih mendalam sesuai dengan apa yang diperoleh dan dipahami. Dengan kata lain, dalam proses penyajian data, peneliti menyajikan data yang diperoleh dari hasil wawancara atau observasi yang dilakukan.

3. *Conclusions drawing* (penarikan kesimpulan), yaitu tahap akhir dengan melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi terhadap data yang telah diperoleh dan disajikan tersebut sesuai atau mampu menjawab rumusan masalah. Kesimpulan akhir akan muncul setelah proses pengumpulan data telah berakhir.

1.10.7 Kualitas data atau Validitas Data

Menurut Sugiyono (2017:184) mengatakan bahwa untuk melakukan pengujian terhadap keabsahan data dalam metode kualitatif memiliki istilah yang berbeda dengan metode kuantitatif. Adapun uji keabsahan atau validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode triangulasi. Menurut Sugiyono (2017:125) menyatakan bahwa Triangulasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang ada. Teknik triangulasi digunakan untuk membandingkan data tertentu dengan data yang diperoleh dari sumber lain sehingga menimbulkan keaburan data yang membuat peneliti harus melakukan pengecekan ulang terhadap data agar data yang dihasilkan merupakan data yang valid.

Penelitian ini akan melalui beberapa tahapan dalam pengujian terhadap keabsahan data, antara lain:

1. Melakukan pengecekan kembali terhadap data yang ditemukan dengan data dari berbagai narasumber yang berbeda terkait dengan modal sosial yang terbentuk di Joho Kampoeng HEPI dalam proses wawancara.

2. Melakukan pengecekan data yang diperoleh dengan melakukan observasi terhadap subjek penelitian, yaitu pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan Joho Kampoeng HEPI.
3. Melakukan kegiatan wawancara terhadap narasumber dengan rentan waktu yang berbeda-beda.