

**MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN  
WISATA DI OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG COKLAT**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana sosial pada  
jurusan sosiologi dengan minat utama Sosiologi Pembangunan

Oleh:

**MUHAMAD DARUL KHOIRI**

**NIM. 135120100111042**



**JURUSAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2017**



HALAMAN PERSETUJUAN

MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN  
WISATA DI OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG COKLAT

Disusun Oleh:  
MUHAMAD DARUL KHOIRI  
NIM. 135120100111042

Telah diujikan dan dinyatakan lulus dalam ujian sarjana  
Pada 7 September 2017

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Genta M. Rozalinna, S.Sos., MA  
NIK. 2015038911282001

Nyimas Nadya Izana, S.K.Pm., M.Si  
NIK. 2016078812202001

Malang, 3 Oktober 2017

Ketua Jurusan Sosiologi

Anif Fatma Chawa, M.Si., Ph.D  
NIP. 197403082005012001

HALAMAN PENGESAHAN

MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN  
WISATA DI OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG COKLAT

Disusun Oleh:  
MUHAMAD DARUL KHOIRI  
NIM. 135120100111042

Telah diujikan dan dinyatakan lulus dalam ujian sarjana  
Pada 7 September 2017

Tim Penguji :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Genta M. Rozalinna, S.Sos.,MA  
NIK. 2015038911282001

Nyimas Nadya Izana, S.K.Pm.,M.Si  
NIK. 2016078812202001

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II

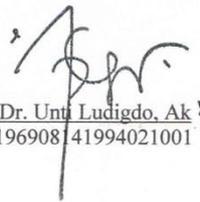


Lutfi Amiruddin, S.Sos.,M.Sc  
NIK. 2013048609091001

Ayu Kusumastuti, S.Sos.,M.Sc  
NIK. 2013048703062001

Malang, 3 Oktober 2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak  
NIP. 196908141994021001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME, atas nikmat dan karunia-NYA. Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN WISATA DI OBJEK WISATA EDUKASI KAMPUNG COKLAT**. Penulisan skripsi ini ditunjukkan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosiologi pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Politik Dan Ilmu Sosial Universitas Brawijaya.

Penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu kelancaran proses penyusunan skripsi yang dilakukan penulis. Atas berbagai saran dan dukungannya penulis menyampaikan terimakasih kepada.

1. Mbak Genta M. Rozalinda, M.A sebagai pembimbing skripsi yang telah mencurahkan pikiran dan tenaganya untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi dengan sabar.
2. Mbak Nyimas Nadia Izana, M.Si sebagai pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing, mengajari dan banyak memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi.
3. Orang tua yang telah memberikan dukungan moril dan materil demi kelancaran penyusunan skripsi.
4. Crew Wisata Edukasi Kampung Coklat dan seluruh masyarakat Desa Plosorejo yang telah bersedia menjadi informan.
5. Rekan-rekan sosiologi yang telah memberikan saran, dukungan, selama masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat

diharapkan oleh penulis, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk memperdalam ilmu.

Malang, Oktober 2017

Penulis



## ABSTRAK

**Muhamad Darul Khoiri. (2017). Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang. Modal Sosial Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Wisata Di Objek Wisata Edukasi Kampung Coklat. Pembimbing : Genta M. Rozalinna, M.A dan Nyimas Nadya Izana, M.Si.**

Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan modal sosial dalam pengelolaan dan pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat yang bertempat di Kabupaten Blitar. Wisata Edukasi Kampung Coklat yang berdiri sejak tahun 2013 telah mengalami perkembangan yang pesat. Berawal dari kerugian seorang peternak ayam petelur yang gigih dalam bekerja mampu menciptakan sebuah wisata tersebut. Wisata ini mengusung tema edukasi yaitu tentang pengetahuan yang mempelajari objek wisata. Edukasi yang ditawarkan dalam wisata ini adalah bagaimana proses penanaman kakao hingga proses pengelolaan kakao. Modal sosial dalam pengelolaan dan pengembangan wisata merupakan suatu hal yang penting, dengan adanya modal sosial ini wisata kampung coklat dapat bangkit dan mengalami kemajuan yang pesat, sampai saat ini wisata ini telah dikenal dalam skala regional maupun nasional.

Peneliti memilih teori Robert K Putnam tentang modal sosial bertujuan untuk melihat proses bagaimana Wisata Edukasi Kampung Coklat memanfaatkan modal sosial ini untuk mengelola dan mengembangkan wisata. Dalam modal sosial sendiri terdapat tiga komponen pokok yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. Wisata Kampung Coklat dalam mengelola dan mengembangkan wisata memanfaatkan tiga komponen tersebut. Jaringan sendiri memiliki dua bentuk yaitu *bonding* dan *bridging*.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat mereka di pengaruhi oleh modal sosial. Dalam hal ini modal sosial benar-benar mereka manfaatkan untuk melakukan pengelolaan dan pengembangan wisata dengan melakukan menjalin jaringan. Dalam berjejaring Wisata Edukasi Kampung Coklat juga memanfaatkan jaringan *bonding* dan *bridging*. Untuk memperkuat jaringan mereka menanamkan kepercayaan kemudian diperkuat dengan norma. Norma yang mereka gunakan yaitu norma tidak tertulis.

**Kata Kunci** : Wisata Edukasi, Modal Sosial, Kepercayaan, Jaringan, Norma.

**ABSTRACT**

Mohammad Darul Khoiri (2017) Sociology, Faculty of Social and Political Science, Brawijaya University Malang. *Social Capital on Management and Tourism Developmet in Education Object “Kampung Coklat”*. Advisor Genta M. Rozalinna, M.A and Nyimas Nadya Izana, M.Si

This study describe about the utilization of social capital on management and development in educational tourism “Kampung Coklat” at Blitar City. Educational Tourism at Kampung Coklat was established since 2013 and has become rapid developing. Starting from the loss of chicken breeder, he is working to create a tourism. This tourism bring the theme about education, knowledge and learning of tourism object. The education that offered in this tourism is how to plant cocoa to become cocoa’s process and management. Social capital on management and development tourism has been the important thing. With the existence of social capital, the tourism village of cocoa can rise and progress rapidly until now. This tourism has been famous in regional and national scale.

The researcher chose Robert K Putnam’s Theory of Social capital to see the process about educational tourism at kampung coklat, and the utilize of social capital on management and tourism development. Is social capital have three main component. There is trust, network and norms. Management and development on Kampung coklat’s tourism was take advantages from the component of social capital. And the network also have two forms, *bonding* and *bridging*.

The result of this research is that in conducting management and development of Educational Tour of Kampung Coklat they are influenced by social capital. In this case social capital they really use to do the management and development of tourism by doing network. In a network of chocolate village tourism also utilize bonding and bridging networks. To strengthen the network they instill trust then reinforced by the norm. The norm they use is the unwritten norm

**Keywords :** Tourism’s Education, Social Capital, Trust, Network, Norm.

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, ungkapan syukur penulis panjatkan kepada-MU, yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Modal Sosial Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Wisata Di Objek wisata Edukasi Kampung Coklat*” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya.

Penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan motivasi, bantuan, semangat, dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat begitu luar biasa serta kesehatan selama ini kepada peneliti.
2. Mbak Genta dan Mbak Nyimas pembimbing paling sabar dan baik hati yang tidak pernah bosan membimbing saya dengan memberikan solusi serta ide-ide dan masukan yang membantu saya ketika saya berkeluh kesah penelitian yang saya buat, terimakasih atas ketersediaan waktunya. Terimakasih tuntunan penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
3. Pak Lutfi dan Bu Asti, penguji yang banyak memberi masukan serta kritik yang sangat membangun hingga penyusunan skripsi selesai. Terimakasih ide-ide yang diberikan hingga penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Seluruh dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
5. Untuk keluargaku, kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan finansial serta selalu memberikan semangat selama

penyusunan skripsi. Untuk Ibu Alm Nurjanah tercinta yang sudah membesarkanku semoga tenang selamanya disana, aku akan selalu mendoakanmu.

6. Terimakasih Mas Aan dan Mbak Likah yang selalu memberikan semangat, masukan, konsumsi setiap hari dan persinggahan selama masa kuliah.

7. Saudaraku dari markaslaptop, laptopmalang dan laroslaptop, kalian menjadi pembentuk karakter bisnis, dan aku akui kalian asik. Dan tak lupa dari kalian yang saling jodoh menjodohkan dengan anak prakerin.

8. Crew Wisata Edukasi Kampung Coklat dan seluruh warga Desa Plosorejo, terimakasih telah banyak berbagi informasi selama penelitian.

9. Terimakasih untuk Zida Sufi yang menjadi teman selama penelitian dan selalu sabar menemani dalam mencari data.

10. Terimakasih untuk Anisa, Asad, Agung, Yuni yang telah menjadi teman baik saat magang di K.C dan selalu memberi motivasi satu sama lain.

11. Terimakasih untuk Mas Amrullah, Adri, Haris, Kris, Mei, Elza, Zeni, Cair, Erina, Nuzul, Fida, Mayang, Savila, Yunita, Suci, Rizka, Candra dan Arista yang selalu memberi semangat serta masukanya. Kalian memang asik, dan tak bosan dalam guyonan aneh.

12. Terimakasih seluruh teman-teman C Sos 2013 tersayang yang jumlahnya puluhan, dan senang bisa jadi bagian dari kalian. Terimakasih juga teman-teman KKN Sidoasri 2017 yang mewarnai hidup selama 1,5 bulan semoga tetap rukun. Dan terimakasih juga kepada seluruh masyarakat Jurusan Sosiologi FISIP UB yang telah memberikan semangat hidup selama perkuliahan dan memberikan motivasi selama penyusunan skripsi.

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 1 Kerangka pemikiran peneliti pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata edukasi kampung coklat. .... 31

Bagan 2 Perkembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat. .... 51

Bagan 3 Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat..... 55



**GAMBAR**

Gambar 1 Peta Desa Plosorejo.....	44
Gambar 2 Denah Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat.....	46
Gambar 3 Peneliti Dengan Informan.....	129
Gambar 4 Peneliti Dengan Informan.....	129
Gambar 5 Peneliti Dengan Informan.....	130
Gambar 6 Peneliti Dengan Informan.....	130
Gambar 7 Wisata Edukasi Kampung Coklat Tampak Depan.....	131



**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Konseptual.....	14
2.2.1 Wisata Edukasi.....	14
2.2.2 Pengelolaan Objek Wisata.....	17
2.2.3 Pengembangan Objek Wisata.....	19
2.3 Landasan Teoritis.....	22
2.3.1 Modal Sosial.....	22
2.3.2 Indikator kapital sosial.....	26
2.4 Kerangka Berfikir.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	36





3.3	Fokus Penelitian .....	36
3.4	Teknik Penentuan Informan .....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6	Teknik Analisis Data .....	40
3.7	Keabsahan Data .....	42
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	43
4.1.1	Letak Geografis Wisata Edukasi Kampung Coklat .....	43
4.1.2	Kawasan Wisata Edukasi Kampung Coklat.....	45
4.1.3	Awal Mula Keberadaan Wisata Edukasi Kampung Coklat .....	49
4.1.4	Kondisi Sosial Masyarakat Setelah Adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat .....	52
4.2	Managemen Pengelolaan dan Pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat.....	53
4.2.1	Kepemilikan Wisata Edukasi Kampung Coklat dan Struktur Organisasi .....	53
4.2.2	Sistem Kerja di Dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat.....	57
4.2.3	Pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Coklat.....	59
4.2.4	Pengembangan Wisata Kampung Coklat.....	61
4.3	Produk Wisata Kampung Coklat.....	64
4.4	Deskripsi Informan.....	65
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>70</b>
5.1	Modal Sosial Wisata Edukasi Kampung Coklat .....	72
5.1.1	Kepercayaan.....	74
5.1.2	Jaringan .....	84
5.1.3	Norma.....	92
5.2	Pemanfaatan Modal Sosial Dari Segi Pengelolaan .....	99
5.3	Pemanfaatan Modal Sosial Dari Segi Pengembangan .....	109
5.4	Temuan Hasil Penelitian .....	120
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>123</b>
6.1	Kesimpulan .....	123
6.2	Saran.....	124

6.2.1 Saran Praktis.....	124
6.2.2 Saran Akademis .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Jumlah wisatawan yang datang di wisata kampung coklat pada tahun 2014, 2015 dan 2016..... 3

Tabel 2 Perbandingan penelitian terdahulu..... 12

Tabel 3 Teori Kapital Sosial ..... 24

Tabel 4 keterangan informan ..... 38



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata sebagai sektor perekonomian sudah menjadi andalan potensial dan prioritas pengembangan bagi sejumlah daerah, terlebih di daerah yang memiliki daya tarik wisata yang cukup besar dan wilayah yang luas, seperti banyaknya keindahan alam, aneka sejumlah budaya dan banyaknya etnik masyarakat (Syahriar, 2015:2). Perkembangan pariwisata di daerah kini mengalami kemajuan beriringan dengan penataan dan pengelolaan wisata. Dengan beriringnya perkembangan wisata, objek wisata menjadi lahan baru untuk memperbaiki perekonomian masyarakat (Putri, 2017:1). Selain itu pariwisata juga dapat menumbuhkan produktifitas usaha-usaha masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatannya (Syahriar, 2015:19). Munculnya sektor pariwisata di daerah diharapkan mampu memberi sumbangan bagi Penghasilan Asli Daerah (PAD).

Daerah wisata juga dapat dimanfaatkan sebagai pemenuhan kebutuhan, seperti kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual bagi wisatawan yang melakukan wisata. Kebutuhan wisata sudah tidak lagi dinikmati oleh kalangan menengah keatas, tetapi kalangan menengah ke bawah sudah bisa menikmati wisata. Hal ini disebabkan mudahnya biaya seperti biaya tiket, parkir dan biaya perjalanan. Selain hal tersebut tempat wisata juga sudah banyak yang muncul dan mudah untuk dijangkau. Kemudahan ini dukung dengan infrastruktur jalan yang semakin hari semakin mudah untuk dilalui.

UU RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengungkapkan bahwa pariwisata merupakan sebuah kegiatan atau perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok besar maupun kecil untuk mengunjungi sebuah tempat tertentu yang bertujuan untuk rekreasi. Daerah tujuan wisata tertentu dipilih karena daerah tersebut memiliki sebuah keunikan atau nilai tertentu dari pada tempat yang lain (Putri, 2017:1). Misalnya tempat wisata itu memiliki pelayanan dan fasilitas yang lebih. Fasilitas yang disediakan seperti tempat parkir, hotel, restoran dan lain-lain telah tersedia untuk menunjang wisata. Kemudian layanan yang diberikan seperti layanan informasi mengenai tempat wisata.

Setiap daerah yang memiliki potensi berhak untuk mengelolanya, baik masyarakat maupun pemerintah. Hal ini juga didukung oleh UU No.32 Tahun 2004 tentang kewenangan pemerintah daerah untuk mengelola wilayahnya, dengan berlakunya UU tersebut membawa implikasi semakin besarnya peran pemerintah daerah dalam mengelola dan menggali sumber daya yang dimiliki daerahnya untuk menopang berjalanya pembangunan daerah. Seiring berlakunya UU ini pemerintah daerah terutama Daerah Blitar telah mengelola wilayahnya terutama dalam kajian pariwisata.

Pariwisata yang ada di Blitar terdiri dari berbagai macam, seperti wisata alam, wisata sejarah, dan wisata budaya. Wisata alam yang ada di Blitar meliputi pantai, pegunungan dan lembah. Wisata sejarah seperti makam candi penataran, candi sawentar, candi simping dan beberapa candi yang lain. Sedangkan wisata budaya yang ada di Blitar seperti, siraman gong Kyai Pradah, larung saji 1 suro, dan pagelaran sendratari Purnama Seruling Penataran dan lain sebagainya. Selain ketiga jenis wisata tersebut, terdapat salah satu wisata edukasi yaitu Wisata

Edukasi Kampung Coklat. Tempat wisata ini berdiri pada tahun 2005, yang bertempat di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Pada tahun 2013 wisata edukasi ini mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya wisatawan yang berdatangan. Peningkatan wisatawan ini disebabkan karena wisata ini mengusung tema edukasi, sehingga banyak wisatawan yang penasaran atas kampung coklat tersebut. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah tentang data jumlah wisatawan yang datang.

Tabel 1. Jumlah wisatawan yang datang di Wisata Kampung Coklat pada tahun 2014, 2015 dan 2016

Uraian	Tahun		
	2014 (Oktober-Desember)	2015	2016
Jumlah wisatawan yang datang	12.858	234.071	378.808

Sumber : Wisata edukasi kampung coklat ( 2016)

Perkembangan yang dialami oleh Wisata Kampung Coklat tidak terlepas dari pengelolaan. Pengelolaan tempat wisata ini tidak dikelola secara individu, namun ada beberapa kelompok yang ikut mengelolanya. Seperti masyarakat dan mitra usaha. Selain itu ada pemerintah yang ikut campur tangan dalam hal pengelolaan, misalnya dalam hal pengawasan, penertiban dan pengembangan.

Dinas pemerintah yang terkait dalam pengelolaan ini yaitu dinas pariwisata, dan dinas perkebunan. Dinas perkebunan ikut dalam pengelolaan karena wisata ini berbasis tanaman, yaitu tanaman kakao.

Munculnya Wisata Kampung Coklat tidak secara tiba-tiba, awal mulanya adalah adanya permasalahan yang ada di Desa Plosorejo. Permasalahan ini adalah bangkrutnya seorang pengusaha peternak ayam yaitu Bapak Kholid Mustafa pada saat itu ternaknya terkena virus flu burung yaitu pada tahun 2000. Dari adanya permasalahan ini dia mencoba mencari pekerjaan lain yaitu menjadi petani kakao,

peralihan menjadi petani kakao dia belajar dengan beberapa lembaga yang ada di Blitar dan juga Jember. Setelah dia menekuni peralihan menjadi petani kakao dia mencoba untuk mengaplikasikan pelajaran tersebut dirumah dan akhirnya mendapatkan hasil yang baik. 5 tahun kemudian dia menciptakan sebuah usaha jual beli biji kakao. Setelah bisnis ini berjalan dengan lancar dia berusaha menciptakan sebuah objek wisata yaitu Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Pada tahun 2013 objek wisata ini berdiri dan masih dikelola oleh individu, namun ketika wisata ini mengalami perkembangan pihak pemilik mencoba membuka bagi kelompok lain untuk ikut dalam mengelola dan mengembangkan wisata. Kelompok-kelompok ini adalah kelompok mitra usaha, kelompok petani kakao, dinas pariwisata, dinas perkebunan dan NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International). Awal dari berdirinya wisata yang hanya dikelola secara mandiri wisata ini masih belum memiliki inovasi tentang penataan wisata, namun setelah adanya kelompok yang bergabung dalam mengelola dan mengembangkan, wisata ini menjadi lebih baik dalam hal penataan objek wisata yang ditawarkan. Kemudian dengan adanya beberapa lembaga yang bergabung wisata ini juga dapat menciptakan sebuah produk yang menjadi ciri khas wisata tersebut. Kelompok-kelompok inilah yang mempengaruhi wisata ini bisa berkembang.

Dalam menjalin beberapa lembaga tersebut pihak pemilik memanfaatkan jaringan komunikasi antar lembaga. Setelah proses ini terjadi dan mereka bersedia bergabung maka mereka akan langsung melakukan kerjasama dengan wisata. Membuka jaringan dengan lembaga lain merupakan suatu strategi yang digunakan pemilik untuk memanfaatkan modal yang dia miliki yaitu modal sosial. Menurut

Putnam modal sosial merupakan bagian dari kehidupan sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan yang bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama (Field, 2011). Putnam menjelaskan 3 parameter di dalam modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. Modal sosial ini di yakini sebagai salah satu komponen utama untuk mencapai tujuan bersama, menggerakkan bersama dan saling percaya. Dalam Putnam sendiri modal sosial dibagi menjadi tiga indikator yaitu kepercayaan, jaringan dan norma.

Modal sosial yang dimiliki oleh pihak pemilik dapat dimanfaatkan untuk menggerakkan para lembaga yang ikut dalam kerjasama. Kelompok-kelompok yang ikut dalam kerjasama juga berusaha untuk memanfaatkan modal sosial mereka guna untuk melakukan pengelolaan dan pengembangan wisata. Adanya menjalin jaringan dengan lembaga lain yang diajak untuk kerjasama dan hubungan ini memberi dampak bagi wisata tersebut. Hal ini menjadi penting membahas bagaimana mereka saling membangun jaringan, dan jaringan ini dimanfaatkan untuk pengelolaan dan pengembangan wisata dan dengan adanya jaringan yang dibangun wisata ini dapat berkembang dengan baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pemanfaatan modal sosial dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di objek Wisata Edukasi Kampung Coklat ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah

Untuk menganalisis pemanfaatan modal sosial berupa kepercayaan, jaringan dan norma untuk pengelolaan dan pengembangan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang disebutkan diatas, hasil penelitian diharapkan memberi manfaat dan kegunaan bagi:

##### 1.4.1 Akademis

1. Secara teoritis, dalam penelitian ini bermanfaat untuk Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk melihat pengelolaan dan pengembangan pariwisata dengan pemanfaatan modal sosial
2. Sebagai bahan referensi dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu sosial dan politik khususnya penelitian pariwisata.

##### 1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai pembanding dan literatur tambahan bagi peneliti berikutnya dalam upaya pemanfaatan modal sosial mengenai pengelolaan dan pengembangan objek wisata.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk membandingkan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian penelitian yang telah dilakukan. Pada penelitian ini akan menggunakan empat penelitian terdahulu sebagai pembandingan. Penelitian terdahulu yang pertama diambil dari Ati (2011). Penelitian terdahulu kedua dari Syahriar (2015). Penelitian terdahulu ketiga di ambil dari Putri (2017). Penelitian keempat diambil dari Maharani (2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Ati (2011) dilatar belakangi dengan dakwah yang semakin banyak diminati oleh masyarakat untuk mendekatkan diri kepada Tuhan oleh sebab itu pengembangan tempat dakwah juga harus di imbangi dengan perubahan masyarakat. Mengingat juga bahwa dengan banyaknya wisata religi yang dibangun dapat memberikan dampak pada masyarakat terutama dalam ekonomi. Pengelolaan wisata religi ini menggunakan sistem perwakilan dari keraton.

Fokus dalam penelitian ini adalah melihat sistem pengelolaan wisata religi Sultan Hadiwijaya sebagai lembaga dakwah serta melihat sumberdaya yang digunakan dalam mengelola wisata tersebut. Penelitian yang dilakukan Ati menggunakan konsep pengelolaan serta konsep manajemen wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif (Ati, 2011:12). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dalam menjalankan pengelolaan wisata ini dikelola oleh juru kunci yang ditunjuk langsung oleh keraton, peran dari juru kunci ini adalah melakukan penataan wisata, perbaikan tempat wisata dan juga pengawasan wisata. Sebagai pendukung pengelolaan wisata, dia memanfaatkan sumberdaya

manusia dan juga sumber daya alam, sumberdaya manusia ini dimanfaatkan sebagai kerjasama dengan masyarakat dalam menjaga wisata, sumberdaya alam ini digunakan sebagai penataan lokasi dengan kearifan lokal.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahriar (2015) dilatar belakangi dengan semakin munculnya beragam objek wisata yang ada di Kabupaten Kudus, dengan banyaknya wisata yang muncul dan banyak diminati wisatawan menjadikan masyarakat untuk mencari inovasi dalam pengelolaan dan pengembangan. Tetapi salah satu wisata yang sering dikunjungi wisatawan ini adalah Wisata Colo, dengan ini masyarakat memiliki inisiatif untuk mengelola dengan sistem kearifan lokal (Syahriar, 2015:6). Dalam menjalankan pengelolaan masyarakat menjalankan sistem kelembagaan dengan memanfaatkan modal sosial.

Fokus dalam penelitian ini adalah melihat karakteristik kelembagaan lokal dan modal sosial dalam mengembangkan pariwisata yang didukung dengan interaksi antar *stakeholders*. Penelitian ini menggunakan konsep modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma serta menggunakan konsep pariwisata dan teori kelembagaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang masuk dalam lembaga dan mempunyai peran dalam kewenangan serta dalam mengembangkan wisata (Syahriar, 2015:54). Hasil dari penelitian ini adalah dengan memanfaatkan modal sosial berupa jaringan ,norma, dan kepercayaan masyarakat yang bertempat tinggal di Desa Colo mampu membentuk sebuah ormas sebagai pendukung pariwisata dan membentuk kepengurusan induk dalam pengembangan wisata, namun dalam menjalankan hubungan kerjasama masih

minim interaksi antar *stakeholders* sehingga memperlambat pengembangan wisata.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Putri (2017) di latar belakang oleh bencana erupsi Gunung Kelud yang melanda Desa Sugihwaras Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri dengan keadaan yang parah. Masyarakat Desa Sugihwaras yang merupakan aktor pengembang wisata kelud dan juga sebagai pedagang tidak lagi bisa beraktivitas setelah adanya erupsi. Namun pasca erupsi mereka berusaha bangkit lagi untuk kembali ke desa dengan melakukan aktivitas seperti yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu kembali berdagang dan memulai lagi mengembangkan objek wisata Gunung Kelud. Dalam mengembangkan objek wisata ada aktor yang menggerakkan mereka dengan menumbuhkan modal sosial yang mereka miliki. Mereka memanfaatkan modal sosial dan juga membuat kepercayaan yang kuat antar pedagang untuk menumbuhkembangkan kembali pariwisata kelud.

Penelitian yang dilakukan Putri (2017), dengan fokus penelitiannya adalah upaya pedagang di Wisata Gunung Kelud untuk membangkitkan pariwisata pasca bencana erupsi. Modal sosial tidak diciptakan oleh aktor melainkan modal sosial sudah melekat pada individu, namun modal yang dimiliki tersebut perlu sebuah penyokongan dari aktor lain untuk menguatkan dan menumbuhkan kembali supaya berjalan secara baik. Penelitian ini menggunakan teori pilihan rasional milik James S. Coleman. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik. Subyek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang ikut dalam mengembangkan objek wisata terutama pedagang.

Hasil penelitian yang dilakukan didapatkan hasil, pertama upaya untuk bangkit dari pasca erupsi tidaklah dibentuk dari kesengajaan tetapi modal sosial berperan untuk menjalin kebersamaan. Kedua setiap aktor yang bertindak rasional membutuhkan banyak pertimbangan untuk bisa bertahan dan membangun kembali objek yang telah rusak. Ketiga kepercayaan yang di bangun tidak hanya membutuhkan waktu yang singkat namun ada proses yang lama yang di lalui dengan aktivitas bersama, keempat perkumpulan antar pedagang menjadi hal penting untuk memperoleh informasi dan menjadi sebuah ajang penyampaian keluh kesah antar pedagang, dengan hal ini yang dilakukan secara terus menerus akan menumbuhkan kepercayaan yang tinggi. Kelima adanya kepercayaan yang tumbuh mengakibatkan terbentuknya jaringan untuk mengakses informasi. Keenam dengan terciptanya kepercayaan dan jaringan terbentuklah norma, norma ini dibentuk untuk pengendalian bertindak, ada batasan yang tidak boleh dilanggar antar pedagang (Putri, 2017:85).

Penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2017) dilatar belakangi oleh banyaknya lahan kosong yang ada di Desa Plosorejo, kemudian PT Kampung Coklat mengajak para petani sekitar untuk menanam kakao sebagai tambahan pemenuhan ekonomi. Fokus dari penelitian ini adalah melihat bagaimana PT Kampung Coklat ini menjalankan pemberdayaan kepada petani sekitar untuk memperoleh *Pro Poor Award* dan sebagai percontohan lembaga pemberdayaan (Maharani, 2017). Dalam melihat fenomena ini peneliti menggunakan konsep pemberdayaan dan teori strukturasi Antony Giddens dengan metode kualitatif pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2017) adalah pemberdayaan berjalan ketika adanya sebuah partisipasi dari yang diberdayakan. Partisipasi sendiri memiliki tiga tingkatan yaitu manipulasi, terapi dan informasi, pada tahap pemberdayaan ini petani hanya mencapai partisipasi tingkat ketiga dalam tingkat partisipasi sehingga menjadikan mereka sebagai agen yang tidak kuat (*lay agent*).

Pihak PT yang kuat sebagai pemberdaya dan memiliki pengetahuan lebih menjadikan mereka sebagai agen yang dominan (*expert agent*). Praktik yang dijalankan selama pemberdayaan merupakan bentuk dari komunikasi yang menciptakan sebuah struktur dengan munculnya struktur ini membuat pemberdayaan ini berhasil ketika adanya sebuah sinergi antar agen.



Tabel 2 Perbandingan penelitian terdahulu

Perbedaan penelitian	Mustika Ati (2011)	Syahriar (2015)	Putri (2017)	Maharani (2017)	Khoiri (2017)
Fokus penelitian	Melihat sistem pengelolaan wisata religi Sultan Hadiwijaya sebagai lembaga dakwah serta melihat sumberdaya yang digunakan dalam mengelola wisata	Melihat karakteristik kelembagaan lokal dan modal sosial dalam mengembangkan pariwisata yang didukung dengan interaksi antar <i>stakeholders</i>	Upaya pedagang di Wisata Gunung Kelud untuk membangkitkan pariwisata pasca bencana erupsi	Melihat bagaimana PT Kampung Coklat ini menjalankan pemberdayaan kepada petani sekitar untuk memperoleh <i>Pro Poor Award</i> dan sebagai percontohan lembaga pemberdayaan	Pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat
Hasil	Dalam menjalankan pengelolaan wisata ini dikelola oleh juru kunci yang ditunjuk langsung oleh keraton peran dari juru kunci ini adalah melakukan penataan wisata, perbaikan tempat wisata dan juga pengawasan wisata. Sebagai pendukung pengelolaan wisata, dia memanfaatkan sumberdaya manusia dan juga sumber daya alam, sumberdaya manusia ini dimanfaatkan sebagai kerjasama dengan masyarakat dalam menjaga wisata, sumberdaya alam ini digunakan sebagai penataan lokasi dengan kearifan lokal	Pemanfaatan modal sosial berupa jaringan, norma, dan kepercayaan masyarakat yang bertempat tinggal di Desa Colo mampu membentuk sebuah ormas sebagai pendukung pariwisata dan membentuk kepengurusan induk dalam pengembangan wisata, namun dalam menjalankan hubungan kerjasama masih minim interaksi antar <i>stakeholders</i> sehingga memperlambat pengembangan wisata	Pemanfaatan modal sosial para pedagang (aktor pariwisata) bisa bangkit dari kerentanan dan setiap aktor yang memiliki tindakan rasional mencoba mencari pertimbangan dengan pemikiran logis yang akhirnya bisa membangun kembali keadaan yang telah rusak	Pemberdayaan yang dilakukan PT Kampung Coklat terdapat agen yang dominan ( <i>expert agen</i> ) dan juga <i>lay agen</i> . Tetapi mereka saling bersinergi sehingga pemberdayaan ini berhasil dan mendapat penghargaan berupa piala <i>pro poor award</i>	Dengan memanfaatkan modal sosial Wisata Edukasi Kampung Coklat bisa berkembang cepat, hubungan kerjasama yang mereka lakukan menciptakan resiprositas hingga menumculkan kepercayaan, jaringan dan norma, dalam mengembangkan wisata kampung coklat juga menerapkan modal sosial dalam bentuk <i>bonding</i> dan <i>bridging</i>

Sumber : Olahan peneliti (2017)

Dari keempat penelitian terdahulu tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian yang ditulis Ati (2011) perbedaan ini yaitu bahwa penelitian ini hanya melihat pengelolaan tempat wisata dari sistem turun-temurun melalui juru kunci yang ditunjuk oleh keraton sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu melihat bagaimana mereka sama-sama mengembangkan wisata dengan menjalin hubungan dengan lembaga. Penelitian yang ditulis Syahriar (2015) lebih menekankan pada pengelolaan bersama masyarakat sehingga dari hasil penelitiannya bahwa ketika pengelolaan hanya dilaksanakan sebatas masyarakat tujuannya masih belum tercapai secara maksimal, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan bahwa dalam proses pengelolaan dan pengembangan wisata melibatkan berberapa lembaga yang direkrut melalui jaringan *bonding* dan *bridging*.

Perbedaan penelitian yang di tulis Putri (2017) ini adalah terletak pada teori yaitu teori pilihan rasional James S. Coleman, dan berfokus pada modal sosial masyarakat internal yang tergabung dalam pariwisata untuk menumbuhkan kembali objek wisata setelah adanya bencana dan objek penelitian ini difokuskan pada pedagang yang tergabung dalam paguyuban dagang. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu berfokus pada pemanfaatan modal sosial untuk pengelolaan dan pengembangan pariwisata kampung coklat. Dalam penelitian ini melibatkan beberapa pihak seperti dinas pariwisata, kelompok petani kakao dan mitra usaha yang ikut dalam mengembangkan wisata.

Penelitian yang di lakukan Maharani (2017) penelitian ini lebih menekankan pada pemberdayaan pada petani sekitar wisata dan dalam penelitian ini melihat proses praktik pemberdayaan yang dilakukan oleh PT Kampung

Coklat dengan menggunakan teori strukturalisasi Antony Giddens. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan bagaimana dia mengelola dan mengembangkan wisata dengan berjejaring pada kelompok lain. Selain itu peneliti juga melihat bagaimana proses membangun jaringan hingga menciptakan sebuah kepercayaan dan norma dengan menggunakan teori modal sosial Putnam.

Melihat penelitian terdahulu dengan tema pariwisata ditemukan bahwa jika penelitian pertama melakukan pengelolaan wisata hanya dilakukan oleh juru kunci dan dibantu bantu masyarakat sehingga hasilnya masih belum maksimal, penelitian kedua bahwa dalam menjalankan pengelolaan dan pengembangan wisata masih minim sekali hubungan antar stakeholders sedangkan penelitian ketiga usaha dalam bangkit dari erupsi gunung kelud masih terdapat salah satu agen yang menjadi penggerak, untuk itu dalam penelitian ini peneliti lebih melihat bahwa dalam pengelolaan dan pengembangan wisata akan lebih menumbuhkan hasil yang lebih baik jika memanfaatkan modal sosial berupa jaringan, kepercayaan, norma dengan mengikat hubungan dengan lembaga terkait pariwisata, misalnya dinas pariwisata, mitra usaha dan juga masyarakat. Sedangkan saat melihat penelitian terdahulu dengan tema pemberdayaan, jika dalam pemberdayaan tersebut terdapat salah satu agen yang dominan dan yang diberdayakan hanya mencapai tingkatan partisipasi hendaknya saat pemberdayaan berlanjut sebisa mungkin menciptakan pola partisipasi yang sama.

## **2.2 Landasan Konseptual**

### **2.2.1 Wisata Edukasi**

Wisata edukasi/pendidikan merupakan suatu program dimana peserta kegiatan melakukan perjalanan wisata pada suatu tempat tertentu dalam suatu kelompok dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar secara langsung

terkait dengan lokasi yang dikunjunginya Rodger (dalam Nur ratih dkk). Menurut Yuliana (2015:9) wisata edukasi yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Dari beberapa pendapat mengenai wisata edukasi tersebut dipahami bahwa wisata edukasi merupakan kegiatan perjalanan ke tempat wisata dalam waktu yang singkat dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan, pengalaman serta pembelajaran mengenai objek yang ada dalam wisata tersebut.

Program wisata edukasi akan dilaksanakan oleh peserta ke lokasi wisata yang dilakukan oleh kelompok untuk pembelajaran, informasi yang diperoleh lebih akurat dan tergolong minat khusus yaitu pengunjung memang berniat untuk hal itu Musanef (dalam Astuti, 2009:14). Dalam pembelajaran terdapat beberapa karakteristik umum produk wisata edukasi yang melibatkan tingkat lebih kecil atau besar dalam pembelajaran. Ritchie (dalam Yuliana, 2015:11) menyajikan sebuah perbedaan produk tersebut.

1. Pariwisata, yang mana beberapa bentuk pendidikan atau pembelajaran adalah pengalaman yang memotivasi dari pengalaman wisata.
2. Pendidikan, dimana pengalaman edukasi ini termasuk program pertukaran pelajar.

Berbagai macam objek wisata, baik wisata alam maupun wisata buatan dapat dimanfaatkan sebagai wisata edukasi. Hal ini di dukung dengan adanya sumberdaya yang melimpah. Sumber daya yang melimpah dapat dijadikan sebagai dasar untuk wisata edukasi (Yuliana, 2015). Sumber daya ini dapat dikategorikan seperti ekowisata, wisata budaya/sejarah, wisata alam, wisata

buatan dan lain-lain. Terbentuknya tempat wisata dengan sistem edukasi akan menarik perhatian para wisatawan.

Wisata edukasi kini merupakan suatu hal yang sudah banyak di temui, bahkan setiap wilayah berlomba-lomba untuk menciptakan wisata berbasis edukasi untuk meraut kebutuhan ekonomi yang lebih. Wisata seperti ini bisa dijumpai di Blitar salah satunya yaitu Wisata Edukasi Kampung Coklat. Wisata ini berbentuk kebun kakao yang didalamnya didesain semenarik mungkin hingga menimbulkan daya tarik wisata. Dalam wisata tersebut tidak hanya di tuju wisatawan pelajar, namun berbagai kalangan wisatawan juga bisa menikmati wisata ini. Wisata ini juga menyediakan berbagai fasilitas yang dimanfaatkan untuk program pengenalan lokasi wisata, misalnya lahan pembibitan. Dalam lokasi ini setiap wisatawan yang berkunjung bisa menikmati dengan berbagai cara pengelolaan tanaman.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan wisata edukasi adalah kegiatan atau perjalanan yang memberikan pembelajaran bagi para wisatawan yang datang, khususnya ke Kampung Coklat. Pembelajaran yang diberikan selama ini yaitu bagaimana cara menanam kakao hingga mengolah bijinya. Pembelajaran yang diberikan tidak hanya diberikan kepada para pelajar tetapi bagi wisatawan yang ingin tahu boleh belajar hal tersebut. Wisata ini sengaja diciptakan oleh aktor pariwisata, mengingat bahwa pertumbuhan objek wisata yang semakin hari semakin bertambah. Menurut informan Mustafa wisata edukasi ini masih jarang sekali hingga dia menciptakan tema tersebut. Konsep ini digunakan untuk melihat bagaimana aktor pariwisata menciptakan Wisata Edukasi

Kampung Coklat serta dengan menciptakan wisata edukasi bagaimana cara mereka mengelola dan mengembangkannya.

### 2.2.2 Pengelolaan Objek Wisata

Kepariwisataan merupakan suatu objek yang kompleks, dari kekomplekan tersebut perlu adanya sebuah penataan/pengorganisasian supaya tertata dengan rapi. Pengelolaan identik kaitanya dengan manajemen, manajemen merupakan sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan (Ati, 2011:18). Dalam menerapkan manajemen perlu adanya sebuah unsur yang dapat mendukung, unsur-unsur itu adalah pengorganisasian, perencanaan, motivasi, penempatan personal dan penerapannya serta koordinasi dan pengawasan (Andriyani, 2009:20). Setiap unsur manajemen ini dapat diterapkan dalam sektor, industri, jasa ataupun pariwisata. Sementara pengelolaan sendiri merupakan proses pengintegrasian dan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efisien dan efektif melalui orang lain (Andriyani, 2009). Objek wisata sendiri memiliki pengertian perwujudan ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, sejarah bangsa, keadaan alam, yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Dari beberapa penjabaran tersebut dapat dipahami bahwa pengelolaan objek wisata yaitu proses atau cara mengembangkan pariwisata dengan melakukan inventarisasi semua yang ada dalam wisata supaya dapat menarik perhatian wisatawan dengan bekerja sama dengan orang lain.

Tujuan pengelolaan yaitu segala sumber yang ada dalam organisasi/objek wisata dapat digerakkan dengan sedemikian rupa untuk mencapai materi yang diinginkan. Pengelolaan di butuhkan dalam semua organisasi, tanpa adanya

pengelolaan atau manajemen semua usaha yang akan dicapai lebih sulit. Berikut tiga alasan diperlukan adanya sebuah pengelolaan.

1. Untuk mencapai tujuan, artinya pengelolaan disini digunakan sebagai arah untuk mencapai tujuan baik kelompok ataupun individu
2. Untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan yang bertentangan
3. Untuk mencapai efisien dan efektifitas

Tujuan pengelolaan atau manajemen dapat dicapai apabila langkah-langkah dalam pelaksanaannya dilakukan secara tepat dan dilakukan secara berulang ulang.

Langkah-langkah dalam menjalankan pengelolaan yaitu mulai dari penerapan strategi sampai dengan tahap evaluasi. Dalam menjalankan pengelolaan sebuah objek wisata memerlukan sebuah pengawasan. Pengawasan ini bertujuan supaya dalam menjalankan langkah-langkah pengelolaan tidak keluar dari rencana yang sudah diterapkan.

Pengelolaan dalam objek wisata sebenarnya mengarah untuk meyakinkan secara baik mengenai pemanfaatan sumber-sumber pariwisata dengan mempertimbangkan nilai bobotnya pada jajaran persaingan yang dihadapi (Andriyani, 2009:21). Hal ini berarti bahwa dalam pengelolaan wisata tidak hanya menilai yang abstrak saja namun harus ada kegiatan evaluasi terhadap produk wisata supaya dapat bersaing dengan yang lain. Dalam proses pengelolaan juga harus memperhatikan kecenderungan apa saja produk wisata yang banyak diminati oleh wisatawan serta menuju pada pembangunan sarana dan prasarana yang tidak dapat diciptakan oleh objek yang lain. Misalnya membangun objek wisata dengan keunikan tersendiri dan membuat wisata itu dimanfaatkan sebagai tempat edukasi.

Pengelolaan atau manajemen ini kaitanya dalam penelitian ini bahwa konsep ini digunakan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam mengelola wisatanya. Berbagai strategi pengelolaan mereka lakukan dengan tujuan untuk menarik perhatian wisatawan. Selama ini pengelolaan yang dilakukan yaitu membangun objek wisata itu berbeda dengan yang lain. mereka membuat terobosan-terobosan seperti penyediaan fasilitas yang bisa dimanfaatkan sebagai edukasi. Dalam pengelolaan wisata edukasi ini tidak hanya dilakukan oleh individu, namun ada beberapa organisai yang ikut serta dalam mengelola. Seperti kelompok tani, mitra usaha serta masyarakat sekitar.

### 2.2.3 Pengembangan Objek Wisata

Perencanaan dan pengembangan wisata merupakan suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan dengan tujuan mencapai misi yang diinginkan melalui monitoring dan evaluasi. Pengertian pengembangan menurut J S Badudu dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah hal atau hasil kerja mengembangkan.

Demartoto, (2008) mengungkapkan bahwa pengembangan adalah suatu proses yang terjadi secara terus menerus untuk melangsungkan pertahanan hidupnya untuk mencapai perkembangan, sedangkan objek wisata menurut Yoeti (1997) yaitu berbagai macam hal yang dapat dilihat, disaksikan, dilakukan atau dirasakan. Sementara Fandeli (1995) mengartikan objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik wisatawan yang berkunjung. Suwanto (1997:19) menyebutkan objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah.

Berdasarkan pengertian pengembangan dan objek wisata diatas, pengembangan objek wisata dapat diartikan usaha atau cara untuk membuat jadi lebih baik segala sesuatu yang dapat dilihat dan dinikmati oleh manusia sehingga semakin menimbulkan perasaan senang dan dapat menarik perhatian wisatawan (Dermatoto, 2008:). Pengembangan pariwisata tidaklah berdiri sendiri tetapi terikat erat dengan perencanaan pembangunan (Budiarto, 2016:12).

Pengembangan harus melihat secara jangka panjang, dengan maksud untuk mencapai tujuan pembangunan. Dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa pengembangan pariwisata merupakan usaha sadar yang dilakukan aktor pariwisata untuk membangun objek wisata guna menarik perhatian wisatawan yang dilakukan dengan berbagai strategi seperti, penyediaan layanan fasilitas bagi wisatawan dan dalam pengembangan wisata diharapkan mampu memberi manfaat bagi ekonomi, politik dan sosial. Dengan mengembangkan objek wisata menurut Marpaung (dalam Budiarto, 2016:13) bertujuan untuk memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat.

Semua objek wisata tidak dapat dikembangkan dengan mudah, karena setiap objek wisata belum tentu memiliki sebuah keunikan yang bisa menarik wisatawan. Menurut Syamsuridjal (dalam Budiarto, 2016:11-12) ada beberapa unsur bahwa objek wisata itu dapat dikembangkan, yaitu;

1. *Attraction* yaitu sesuatu yang menjadi ciri khas atau keunikan yang menjadi daya tarik wisatawan
  - a. *Site attraction*, yaitu daya tarik yang dimiliki oleh suatu objek wisata semenjak objek itu berada

- b. *Event attraction*, daya tarik yang dimiliki objek wisata setelah dibuat manusia
2. *Accessibility*, kemudahan cara untuk mencapai tempat wisata
3. *Amenty*, yaitu fasilitas yang tersedia dalam objek wisata
4. *Institution*, lembaga yang mengolah objek wisata

Sehingga dalam proses pengembangan objek wisata tidak serta merta langsung dikembangkan, tetapi juga harus memperhatikan beberapa aspek seperti apa yang telah disebut di atas.

Berkaitan dengan pengembangan objek pariwisata membutuhkan perencanaan terlebih dahulu dengan tujuan, supaya tidak keluar dari kaidah-kaidah yang diinginkan. Yoeti (dalam Dermatoto, 2008) mengungkapkan beberapa prinsip perencanaan pengembangan pariwisata.

- a. Perencanaan harus memiliki satu kesatuan dengan pembangunan regional atau nasional dari pembangunan ekonomi negara.
- b. Perencanaan pengembangan kepariwisataan menghendaki pendekatan terpadu dengan sektor-sektor lainnya, terutama sektor jasa
- c. Perencanaan suatu daerah tujuan wisata harus berdasarkan pada studi yang khusus dibuat untuk daerah tersebut
- d. Perencanaan pengembangan pariwisata harus didasarkan pada keadaan daerah yang sudah didasarkan pada segi administrasi dan juga lingkungan alam sekitar

Dalam melakukan perencanaan pengembangan objek wisata, perlu dilakukan pendekatan pada organisasi pariwisata (pemerintah, swasta dan masyarakat) guna mendukung keberlangsungan pengembangan Dermatoto (dalam Tahajuddin,

2011:37). Oleh karena itu dalam proses pengembangan diperlukan suatu kesepakatan antar pihak yang ikut dalam mengembangkan objek wisata supaya tidak terjadi tumpang tindih satu dengan yang lainnya. Kesepakatan yang dijalin antar pihak perlu adanya sebuah kepercayaan yang dapat mendukung dalam aktivitasnya dan tidak lain perlu adanya norma yang dibuat antar pihak. Hal ini berguna supaya tujuan yang diinginkan tercapai tanpa merugikan antar pihak.

Konsep pengembangan ini digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana para aktor pengembang objek Wisata Kampung Coklat melakukan proses pengembangan. Dan telah disebutkan bahwa pengembangan objek wisata perlu melakukan pendekatan pada organisasi lain untuk ikut dalam mengembangkan. Untuk itu konsep ini juga digunakan untuk melihat bagaimana mereka mengajak organisasi lain untuk ikut serta dalam pengembangan objek wisata ini.

## **2.3 Landasan Teoritis**

### **2.3.1 Modal Sosial**

Modal sosial adalah suatu hubungan sosial diantara sekelompok individu atau keluarga yang berbentuk sebuah unit sosial (Aldrich, 2014:3). Modal sosial juga dapat diartikan sebagai proses membangun jaringan dan hubungan dengan orang lain baik dalam bentuk kelompok maupun individu. Luasnya jaringan yang dibangun akan mempermudah untuk memperoleh informasi. Pada era modern ini informasi menjadi sebuah aspek kehidupan yang penting, oleh karena itu individu ataupun kelompok semakin kuat untuk membangun jaringan. Keberhasilan membangun sebuah jaringan akan terbentuk suatu jalinan kerjasama untuk menuju tujuan yang telah ditetapkan. Hubungan merupakan poin penting yang

ditekankan dalam modal sosial (Field, 2016:1). Sehingga setelah adanya hubungan yang terbangun dan bersifat stabil maka terbentuklah suatu kerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial sendiri memiliki banyak definisi yang di ungkapkan oleh beberapa tokoh sosial.

Pierre Bourdieu dan Wacquant (dalam Field, 2016:23) mengartikan modal sosial

“jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik pengenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan”

Coleman ( dalam Field, 2016:41) mendefinisikan modal sosial

“modal sosial didefinisikan sebagai mana fungsinya, ini bukanlah entitas tunggal, namun variasi dari entitas berlainan yang memiliki kesamaan karakteristik; mereka semua terdiri dari beberapa aspek struktur sosial, dan memfasilitasi tindakan-tindakan individu yang berada di dalam struktur tersebut”

Putnam (dalam Field, 2016:51) menjabarkan modal sosial yaitu

“bagian dari kehidupan sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama”

Dengan pengertian lain, kapital sosial berhubungan dengan nilai kolektif yang tumbuh kembang dalam jaringan hingga memunculkan resiprositas didalamnya. Nilai kolektif menjadi penting dalam sebuah organisasi, karena dengan memiliki nilai kolektif yang kuat, maka sebuah modal sosial akan semakin kuat, hal ini juga berlaku apabila nilai kolektifnya rendah maka kapital sosial akan melemah. Dengan pengertian ini dipahami bahwa konteks hubungan dan nilai kolektif yang ada dalam sosial kapital sangatlah penting untuk diperhatikan.

Mengingat apabila hal ini tidak terjalin maka sebuah kapital sosial akan melemah.

Dari ketiga tokoh sosial tersebut memiliki sebuah pandangan yang sama terhadap kapital sosial. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Teori Kapital Sosial

	The classical capital theory	The Neo – Capital Theoris			
		Human Capital	Cultural Capital	Social Capital	
Theorist	Marx	Schultz, Becker	Bourdieu	Lin, Marsden, Coleman	Burt, Flap, Coleman, Bourdieu, Coleman, Putnam
Explanation	Social relation: Exploitation by the Capitalist (Bourgeoisie) of the proletariat	Accumulation of surplus value by laborer	Reproduction of dominant symbols and meaning (values)	Access to and use of resources embedded in social networks	Solidarity and reproduction of group
Capital	A.Part of surplus value between the use value (in consumption market) and the exchange value (in production-labor market) of the commodity. B. Investment in the production and circulation of commodities	Investment in technical skills and knowledge	Internationalization or misrecognition of dominant values	Investment in social networks	Investment in mutual recognition and acknowledgment
Level of Analysis	Structural (classes)	Individual	Individual/class	Individual	Group/individual

Sumber : Lin,1999:30

Dari pemetaan tabel diatas dapat di lihat bahwa setiap tokoh dalam kapital sosial memiliki perbedaan sudut pandang antara satu dengan yang lainnya. Namun Bourdieu, Coleman dan Putnam fokus pada organisasi, yang di dalamnya harus



ada solidaritas yang berkelanjutan. Kapital sosial yang di definisikan Putnam akan menjadi alat analisis dalam penelitian ini. Karena Putnam memposisikan organisasi sebagai objek kajiannya, serta tidak kalah pentingnya memposisikan jaringan, kepercayaan dan norma dalam sebuah organisasi.

Kerjasama yang ada dalam modal sosial muncul apabila antar organisasi memiliki sebuah hubungan, kemudian setiap anggota dalam organisasi menyerahkan sebagian haknya untuk mencapai tujuan bersama sesuai dengan norma yang telah ditentukan. Penetapan norma menjadikan setiap anggota melaksanakan kewajibannya tanpa diawasi. Hal ini karena satu sama lain telah saling percaya, bahwa beban yang diberikan akan dilaksanakan sesuai dengan norma. Melihat dari pengertian Putnam bahwa modal sosial bagian dari sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama dan memudahkan untuk proses timbal balik. Dari pernyataan tersebut bahwa norma dan kepercayaan menjadi sumber daya yang sangat penting dalam modal sosial.

Putnam membagi modal sosial menjadi dua bentuk, pembagian ini digunakan untuk mempermudah dalam unit analisis (Field, 2016:33) Kedua bentuk itu yaitu;

- a) Modal sosial yang mengikat (*Bonding Social Capital*), yang berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama, seperti keluarga dekat, teman akrab dan rukun tetangga.
- b) Modal sosial yang menjembatani (*Bridging Social Capital*), yang mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang, seperti teman jauh dan rekan bekerja.

Sesuai dengan penjabaran diatas, dapat dijelaskan bahwa keberadaan modal sosial menjadi penting dalam perjalanan bagi suatu kelompok, tentunya ini juga berlaku pada kelompok yang mengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat. Kepercayaan satu sama lain, jaringan kelompok dan serta norma sangat berperan penting didalamnya. Semakin kuat modal sosial yang dimiliki maka apa yang ingin dicapai bersama akan membuahkan hasil. Modal sosial yang tumbuh dalam kelompok ini tidak serta merta terbangun dari individu, melainkan ada agen yang ikut menumbuhkembangkan kembali modal yang dimiliki. Individu tersebut membangun modal sosial individu yang lain karena individu itu memiliki sebuah tujuan. Ketika tujuan itu tidak dapat di selesaikan sendiri maka berusaha membuka jaringan untuk terlibat dalam mencapai tujuan tersebut.

### 2.3.2 Indikator kapital sosial

Kapital sosial hampir mirip dengan kapital yang lainnya dalam arti ia juga bersifat produktif (Syahriar, 2015:33). Modal sosial menunjuk pada jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi pada produktifitas masyarakat. Kapital sosial yang dibangun bersama akan membuat kekuatan bersama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kapital sosial tidak lepas dari indikator pokok, yaitu

#### a. Kepercayaan (*trust*)

Menurut Putnam kepercayaan adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasarkan oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan bertindak dalam pola tindakan yang saling mendukung atau tidak merugikan bagi individu atau kelompok (Putnam, 2000:19). Fukuyama (dalam Syahriar, 2015:35) menyatakan bahwa unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan

(*trust*) yang merupakan perekat langgengnya kerjasama yang terjadi dalam masyarakat. Kepercayaan merupakan wujud konkret investasi dalam jejaring sosial. Putnam menyebutkan bahwa dalam melakukan investasi sosial, menjadi hal penting bahwa pemberian penghargaan dan pengakuan merupakan salah satu usaha untuk mendapatkan kepercayaan.

Perkembangan *trust* juga tergantung pada individu ataupun kelompok untuk menunjukkan kepedulianya dengan mengambil resiko dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan kelompok (Anwar, 2012:30). Membangun kepercayaan (*trust*) berarti memikirkan suatu yang positif, membangun langkah demi langkah.

Putnam kemudian menjabarkan bahwa kemunculan *trust* akan mengakibatkan ada perlawanan dari luar, dengan adanya perlawanan ini akan membantu menguatkan *trust* yang terjalin antar organisasi.

Giddens (dalam Juliawan, 2000:44-52) mendefinisikan *trust* sebagai

“Keyakinan terhadap seseorang yang dapat mempercayainya atau bekerjanya suatu sistem dalam sebuah kejadian yang menyangkut pribadi atau menghasilkan output tertentu”

Giddens juga membagi kepercayaan menjadi dua tipe

1. *Trust* sebagai *abstract system* yaitu kepercayaan yang terbangun sebagai implikasi dari fungsinya institusi-institusi publik dengan baik.
2. *Trust* terhadap personal, kepercayaan yang terbangun dari interaksi intim dan secara terus menerus antara individu dengan individu yang lain.

Dalam penelitian ini kepercayaan (*trust*) menjadi pondasi dalam menjalankan pengelolaan dan pengembangan wisata edukasi. Setiap organisasi yang ikut serta dalam mengembangkan mereka saling menjunjung tinggi kejujuran. Saling percaya dibangun karena mereka memiliki nilai dan tujuan yang sama yaitu

membangun objek wisata edukasi dengan berimplikasi memajukan perekonomian setiap dari organisasi.

*b. Jaringan (network)*

Jaringan yang dibahas dalam modal sosial menunjuk pada interaksi antar organisasi yang memungkinkan penyelesaian masalah secara efisien dan efektif.

Ikatan kerjasama akan membuat masalah akan lebih mudah diselesaikan dari pada bekerja secara individu. Sebuah jaringan akan memfasilitasi koordinasi dan komunikasi dalam sebuah organisasi. Adanya sebuah komunikasi akan membuka wawasan yang lebih antara “aku” individu dengan “kami” kelompok. Berbagai hal yang berhasil dilakukan secara kerjasama pada waktu sebelumnya pada jaringan ini akan mendorong terjadinya kerja sama selanjutnya (Putnam, 1995:97).

Menurut Putnam (1995:76) jaringan adalah infrastruktur dinamis dari modal sosial yang berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia. Dalam jaringan terjadi adanya sebuah interaksi antar organisasi yang mengakibatkan tumbuhnya kolektifitas untuk mengatasi masalah secara bersama-sama. Dengan membuka sebuah jaringan, seorang individu akan lebih mudah untuk mengakses berbagai informasi yang ingin dicapai dan dengan adanya jaringan sebuah permasalahan akan mudah diatasi serta tujuan yang ingin dicapai juga secara cepat didapat.

Pada Wisata Edukasi Kampung Coklat ini tentunya tidak akan lepas pengertian diatas, dimana jaringan tentu ada untuk mencapai tujuan bersama.

Sejauh ini wisata tersebut tidak hanya dikelola oleh individu, namun individu ini mencoba untuk membuka jaringan pada kelompok lain untuk ikut serta dalam

mengelola dan mengembangkan objek wisata. Jaringan yang ikut dalam pengelolaan ini tidak lepas juga dari kepercayaan yang dibangun oleh antar pihak, serta kerjasama yang dibangun juga memunculkan sebuah timbal balik. Artinya dalam membuka jaringan dan memiliki hubungan kerjasama, salah satu pihak tidak ada yang dirugikan. Selama ini keuntungan yang didapat dalam membuka jaringan bahwa membawa dampak positif bagi perkembangan objek wisata.

Karena dengan membuka jaringan ini juga dapat dimanfaatkan untuk memperoleh informasi mengenai wisatawan. Sehingga ketika minat wisatawan meningkat terhadap kunjungan objek wisata, maka objek wisata itu memiliki inisiatif untuk mengembangkan wisata menjadi lebih menarik.

c. Norma (*norms*)

Munculnya kerjasama antar kelompok yang sudah menjalin kepercayaan akan muncul norma, dan norma tidak lepas dari jaringan dan kepercayaan. Dalam norma akan terdapat sanksi, sanksi berlaku apabila ada pelanggaran dan penyimpangan. Sehingga norma menjadi penting sebagai batasan, bahwa perbuatan mana yang boleh dilakukan dan mana yang seharusnya tidak dijalankan.

Norma menurut Putnam (dalam Anindita, 2016:34) merupakan sekumpulan aturan yang diharapkan oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Sementara Inayah (dalam Syahriar, 2015:34) norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang di harapkan dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas tertentu. Dengan demikian dapat dipahami bahwa norma merupakan sebuah aturan yang dibuat dalam kelompok/masyarakat untuk dijalankan bersama demi mencapai keuntungan dan apabila norma tersebut dilanggar maka akan mendapat sanksi. Aturan ini biasanya terinstitusialisasi, tidak

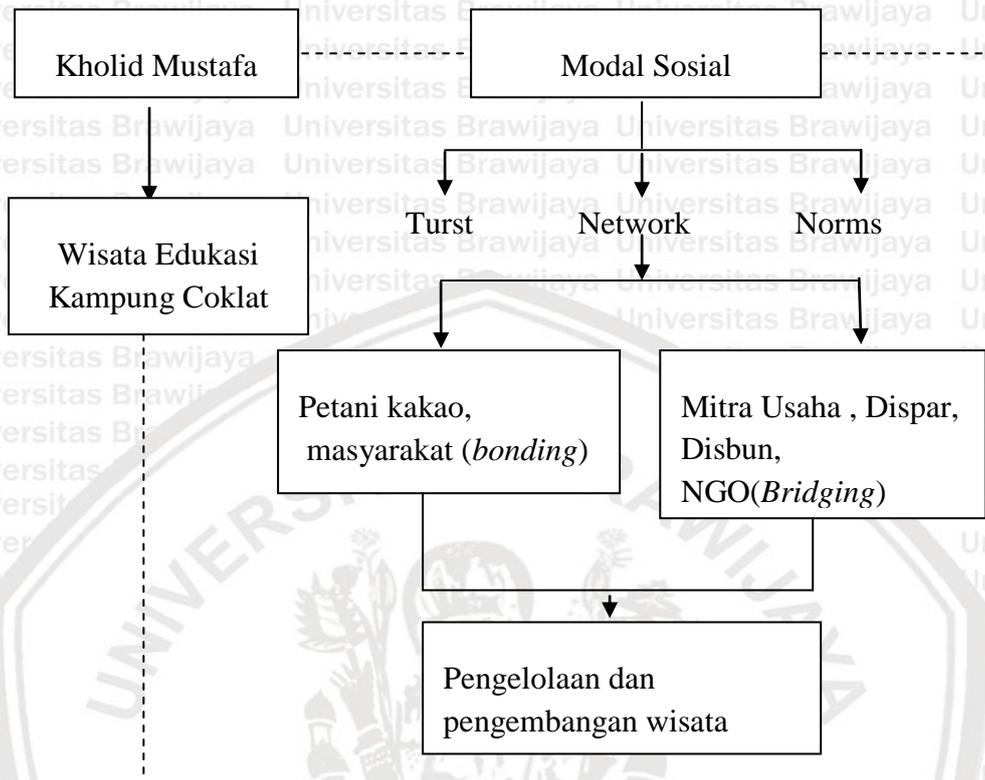
tertulis tetapi dapat dipahami oleh masyarakat. Norma sosial akan berpengaruh bagi kuatnya hubungan antar individu, hal ini akan memberi dampak positif bagi individu untuk berkembang dalam masyarakat. Individu dalam kelompok berusaha untuk mencapai sebuah tujuan bersama jika individu tersebut mendapatkan keuntungan. Norma menjadi penting untuk mengatur jalannya sebuah hubungan, karena dengan adanya norma maka setiap elemen yang ada didalamnya akan merasa ragu jika tidak melaksanakan apa seharusnya dilaksanakan.

Menurut Lawang (dalam Syahriar, 2015,34) ada tiga hal penting yang menyangkut norma sosial. Pertama norma itu muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan, kedua norma bersifat resiprosikal, dimana norma menjamin suatu tujuan bersama untuk mencapai keuntungan bersama, ketiga jaringan yang terbangun lama dan saling menguntungkan akan memunculkan norma keadilan. Dengan hal tersebut maka norma yang sudah dibuat dan disepakati bersama harus dijalankan.

Berdasarkan deskripsi diatas norma juga berlaku dalam kelompok pengelola dan pengembang Wisata Edukasi Kampung Coklat. Norma sengaja diciptakan oleh mereka untuk mencapai tujuan bersama. Dengan munculnya kepercayaan dan jaringan, munculah norma yang mengatur didalamnya.

Berlakunya norma yang ada dalam organisasi akan membuat jera bagi individu untuk tidak menjalankannya. Norma yang diciptakan bersama akan membuat sebuah kepercayaan yang kuat, sehingga dalam menjalankan sebuah aktifitas tidak perlu lagi adanya sebuah pengawasan.

## 2.4 Kerangka Berfikir



Keterangan

----- = Pengaruh

↓ = Menciptakan

Bagan 1. Kerangka pemikiran peneliti pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Berawal dari adanya pemilik wisata yaitu Mustafa, dia merupakan seorang pendiri wisata yang di dirikan pada tahun 2013. Setelah wisata ini berdiri dia dipengaruhi oleh modal sosial akhirnya dia berusaha untuk memanfaatkannya.

Awal mula pemanfaatan modal sosial ini dia berusaha untuk mengajak bergabung para kelompok petani untuk melakukan hubungan kerjasama dalam hal bisnis.

Setelah ini terbangun maka berdirilah sebuah wisata. Ketika wisata ini berdiri

masih belum memiliki sebuah penataan objek wisata yang bagus, akhirnya pihak wisata mendapat penawaran dari kelompok lain untuk di ajak kerjasama. Setelah proses menjalin hubungan dengan lembaga ini selesai akhirnya wisata ini dapat berkembang.

Jaringan kerjasama yang terbangun saat awal wisata ini berdiri adalah para kelompok tani kakao, masyarakat dan juga mitra usaha. Kemudian setelah wisata ini mulai berkembang masuklah organisasi yang lebih tinggi yaitu dinas pariwisata, dinas perkebunan dan juga NGO. Kelompok-kelompok yang telah bergabung ini kemudian melakukan hubungan kerjasama dengan pihak wisata dalam hal pengembangan wisata, mulai dari sumberdaya manusia, objek wisata sampai dengan inovasi produk, dari sinilah wisata ini mulai berkembang dengan pesat. Perkembangan ini merupakan pengaruh dari adanya modal sosial, mereka menciptakan sebuah jaringan untuk menjalin kerjasama, yang kemudian dalam kerjasama tersebut menciptakan sebuah kepercayaan dan juga norma.

Untuk melihat fenomena tersebut dalam penelitian ini melihat modal sosial berdasarkan sudut pandang Putnam, yang mengatakan bahwa modal sosial merupakan bagian dari kehidupan sosial yang terdiri dari tiga unsur yaitu kepercayaan, jaringan, norma yang dari ketiga unsur tersebut saling mendorong untuk mencapai tujuan bersama. Setiap kelompok yang mengembangkan objek wisata, modal sosial terbangun karena adanya kepercayaan antar sesama kelompok yang kemudian memiliki norma bersama lalu membentuk sebuah jaringan.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat pemanfaatan modal sosial diantara kelompok tersebut untuk mengelola dan mengembangkan objek Wisata Edukasi

Kampung Coklat. Putnam juga menyatakan bahwa terdapat dua tipologi modal sosial yaitu *bonding* dan *bridging*. *Bonding* merupakan modal sosial yang mengikat antar orang dalam situasi yang sama. Sedangkan *bridging* mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang. Dalam penelitian ini *bonding* dimanfaatkan untuk mengikat orang-orang yang sama dalam hal pekerjaan yaitu mengikat para petani kakao untuk ikut mengelola dan mengembangkan wisata.

Selain mengikat para petani kakao, wisata ini juga membangun jaringan dengan mitra usaha untuk ikut dalam mengelola dan mengembangkan wisata. Kelompok-kelompok ini tidak lepas dengan modal sosial, sehingga bagaimana mereka membangun wisata yang didasari pada pemanfaatan modal sosial.



## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Metode dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2013:13) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam penelitian ini peneliti berupaya untuk melihat, mendeskripsikan dan memahami perilaku antar kelompok yang ikut dalam mengelola dan mengembangkan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat, perilaku tersebut dalam kajian ini dapat dipahami sebagai pemanfaatan modal sosial.

Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai suatu proses yang mencoba untuk pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia (Sarwono, 2006:193). Pemahaman mengandung makna pemahaman dari dalam (*verstehen*) yang mempunyai arti bahwa peneliti dalam melakukan penelitian hendaknya memahami permasalahan dari dalam konteks masalah yang diteliti, oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak ada jarak dengan yang diteliti sebagaimana dengan penelitian pendekatan kuantitatif yang membedakan antara peneliti sebagai subjek dan yang diteliti sebagai obyek (Sarwono, 2006:193-194).

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena yang menjadi dalam kajian ini adalah mengenai pemanfaatan modal sosial antara kelompok pengelola dan pengembang objek Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Untuk melihat pemanfaatan modal sosial antar kelompok yang mengelola dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat peneliti harus memahami konteks yang ada dalam kelompok tersebut. Untuk memperdalam dalam memahami pemanfaatan modal sosial peneliti berbaur menjadi satu dengan objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi yang terjadi saat ini. Atau dengan kata lain deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi dengan keadaan yang ada, dan di rancang untuk mengumpulkan informasi faktual yang sedang berlangsung. Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang digunakan dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang di selidiki (Sugiyono, 2013)

Dalam penelitian ini peneliti memilih jenis penelitian deskriptif kualitatif, karena sesuai dengan sifat dan tujuan penelitian yang ingin di peroleh dan bukan menguji sebuah hipotesis, tetapi peneliti berusaha ingin memperoleh sebuah gambaran dan mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat. Peneliti berusaha untuk mendalami fenomena tersebut dengan mendeskripsikan, mencatat, dan menginterpretasikan. Hasil interpretasi yang dilakukan peneliti akan ditarik sebuah kesimpulan yang didalamnya menjawab dari rumusan masalah.

### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Wisata Edukasi Kampung Coklat Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Pertimbangan penelitian ini dilakukan di lokasi tersebut dikarenakan. Pertama, satu-satunya wisata edukasi yang ada di Blitar hanya terdapat di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Kedua, beragam permasalahan yang melanda masyarakat seperti, kebangkrutan menjadi peternak, gagal panen para petani, pengangguran, dari permasalahan tersebut mereka bisa bangkit dan menciptakan sebuah objek wisata edukasi. Ketiga, wisata tersebut merupakan salah satu wisata yang bekerjasama dengan negara tetangga yaitu Malaysia dalam bisnis kakao. Keempat, dalam mengembangkan wisata edukasi, terutama bagi para petani kakao mereka dihimpun oleh organisasi non pemerintah.

### 3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan pemusatan suatu konsentrasi terhadap tujuan dari penelitian. (Ardiono, 2011:46) menyatakan penetapan dalam fokus penelitian sebagai pusat perhatian merupakan memberikan batasan pada fenomena atau permasalahan yang ada untuk menghindari terjadinya pembiasan dalam membahas dan mempersepsikan masalah yang sedang diteliti serta penelitian yang dilakukan juga lebih terarah, tidak meluas serta relevan terhadap objek yang diteliti dan sesuai dengan hasil penelitian.

Fokus dalam penelitian ini adalah pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat. Penelitian ini kemudian akan dianalisis dengan menggunakan kajian modal sosial Robert K. Putnam sebagai pisau analisis untuk mengkaji fenomena yang diteliti.

### 3.4 Teknik Penentuan Informan

Dalam memilih sampel penelitian kualitatif menggunakan teknik non probabilitas yaitu pengambilan suatu teknik sampel yang tidak didasarkan atas rumusan statistik tetapi lebih pada pertimbangan subyektif peneliti dengan didasarkan pada jangkauan dan kedalaman masalah yang diteliti (Anindita, 2016:46). Penelitian kualitatif digunakan untuk mempelajari karakteristik yang diteliti, baik itu individu maupun kelompok, sehingga keberlakuan penelitian kualitatif hanya untuk individu atau kelompok yang diteliti, sehingga dalam penelitian kualitatif tidak hanya semata-mata mengambil populasi. Dalam penelitian kualitatif terdapat prosedur pemilihan informan yang memiliki beberapa karakter sebagai berikut (Salim, 2006). *Pertama* tidak diarahkan pada jumlah yang besar melainkan pada kekhususan kasus dan sesuai dengan masalah penelitian. *Kedua*, tidak ditentukan secara kaku, fleksibel, sesuai dengan kebutuhan lapangan. *Ketiga* lebih mengarah pada kecocokan dengan konteks permasalahan.

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive* yaitu memilih unit analisis dengan cara yang dianggap sesuai oleh peneliti (Sarwono, 2006:206). Tujuan menggunakan teknik tersebut karena untuk mengetahui pemanfaatan modal sosial dengan jelas diantara para kelompok, mitra usaha, dan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat. Informan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga yaitu diantaranya:

1. Informan kunci yaitu orang yang memiliki informasi pokok dan mengetahui masalah yang berkaitan dengan penelitian. Informan kunci

dalam penelitian ini adalah Bapak Bahrowi sebagai pihak utama pengelola dan pengembang wisata.

2. Informan utama yaitu mereka yang terlibat langsung dalam masalah penelitian. Informan utama dalam penelitian ini adalah anggota dari kelompok yang ikut mengelola dan mengembangkan objek wisata edukasi, yaitu karyawan wisata, kelompok petani kakao dan mitra usaha.
3. Informan tambahan yaitu mereka yang memberikan informasi meskipun tidak terlibat langsung dalam masalah penelitian. Informan tambahan dalam penelitian ini yaitu penduduk asli yang tinggal di Desa Plosorejo dan berdekatan dengan lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat. Keterangan informan akan dijelaskan pada tabel 4.

Tabel 4. keterangan informan

No	Nama	Keterangan
1	Bapak Bahrowi	Pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat
2	Bapak Mustafa	Pemilik Wisata edukasi kampung coklat
3	Bapak Akhsin	Karyawan wisata sebagai penanggung jawab manajemen
4	Bapak Suwarno	Petani kakao yang bekerjasama dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat
5	Bapak Eko	Petani kakao yang bekerjasama dengan Wisata Kampung Coklat dan juga merupakan karyawan wisata
6	Ibu Marwiyah	Mitra usaha yang bekerjasama dengan wisata
7	Ibu Sulis	Mitra usaha yang bekerjasama dengan wisata
8	Ibu Jumasri	Warga yang tinggal di sekitar wisata kampung coklat

Sumber : Olahan peneliti (2017)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga cara yaitu

1. Observasi, Sumber bukti pertama yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan observasi langsung ke tempat penelitian. Observasi dilakukan dengan cara peninjauan lapangan terhadap fenomena, dengan cara ini peneliti

memperoleh gambaran yang jelas terhadap situasi lokasi penelitian. Dalam pengamatan yang dilakukan ini peneliti merekam/mencatat baik dengan cara terstruktur maupun semistruktur (misalnya dengan mengajukan sebagian pertanyaan yang ingin diketahui peneliti) aktifitas-aktifitas dalam lokasi penelitian (Cresweel, 2009:269). Dalam observasi awal peneliti mendatangi lokasi penelitian secara langsung yaitu di Wisata Edukasi Kampung Coklat. Selama observasi peneliti melakukan wawancara terkait masalah yang akan diteliti yaitu kepada salah satu pengelola objek wisata. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu observasi non partisipan. Hal ini berarti peneliti memposisikan diri sebagai seorang peneliti yang tidak terlibat langsung dalam aktifitas aktor yang terlibat dalam penelitian.

2. Wawancara, peneliti melakukan face-to-face interview (wawancara berhadapan) dengan partisipan, dalam wawancara yang dilakukan menggunakan pertanyaan-pertanyaan secara umum tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan (Creswell, 2009:267). Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu berhadapan langsung dengan anggota kelompok yang ikut dalam mengelola dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat, kelompok tersebut terdiri dari kelompok petani kakao, petani biasa, mitra usaha. Kemudian sebagai pelengkap data peneliti juga melakukan wawancara terhadap penduduk yang berdomisili di Desa Plosorejo yang lokasinya berdekatan dengan objek wisata.

Wawancara yang dipilih dalam penelitian ini yaitu wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan upaya untuk menggali masalah dalam penelitian lebih terbuka dengan informan yang terlibat dari

fenomena penelitian Esterberg (dalam Sugiyono, 2005:233). Wawancara semi terstruktur ini termasuk dalam *in-dept interview*. Wawancara dilakukan dengan mempersiapkan guide interview yang secara garis besar berisi tentang masalah yang diteliti. Dengan menggunakan wawancara semi terstruktur ini, peneliti mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan Wisata Edukasi Kampung Coklat.

3. Dokumentasi, teknik pengumpulan data ini yaitu melalui dokumentasi berupa materi audio dan visual, data ini bisa berupa objek-objek seni, foto, videotape atau segala jenis suara (Creswell, 2009:270). Pada proses dokumentasi peneliti bisa mendapatkan melalui artikel ilmiah tentang pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan wisata. Selain itu dokumentasi dimanfaatkan peneliti untuk mendapatkan data melalui foto selama penelitian berlangsung.

Selain dari ketiga dalam pengumpulan data penelitian, peneliti juga mengumpulkan data melalui magang. Magang di Wisata Edukasi Kampung Coklat dilakukan peneliti untuk memperdalam mencari informasi terkait topik penelitian. Selama magang peneliti juga melakukan wawancara sambil lalu yaitu wawancara yang dilakukan peneliti saat melakukan pekerjaan yang diberikan oleh pihak wisata, saat melakukan pekerjaan peneliti memanfaatkan peluang ini untuk melakukan wawancara. Kegiatan ini dilakukan peneliti selama 3 minggu.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan tiga tahapan. Ketiga tahapan ini di kemukakan oleh (Sugiyono, 2013 ) yaitu sebagai berikut.

### 1. Reduksi data (*data reduktion*)

Pada tahap pertama peneliti merangkum hal-hal pokok, fokus pada masalah dan mencari tema serta pola, sehingga data hasil yang direduksi akan jelas. Dengan tahapan seperti itu memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data lanjutan. Dalam praktiknya peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai sesuai data yang ditemukan di tempat penelitian. Jika, dalam penelitian menemukan data yang asing, tidak dikenal dan tidak memiliki pola akan menjadi perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

### 2. Penyajian data (Display data)

Tahap selanjutnya, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan kategori dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif yang sering digunakan peneliti untuk menyajikan data adalah menganalisis teks yang bersifat naratif, yang mana dalam penyajiannya tidak semudah ilustrasi yang diberikan, karena fenomena sosial bersifat dinamis dan kompleks. Apa yang ditemukan ketika berada di tempat penelitian dan yang berlangsung selama penelitian akan mengalami perkembangan data, maka dari itu, saat mulai melakukan penelitian peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan yang masih bersifat dugaan (*hipotesis*) itu berkembang atau tidak.

### 3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*)

Tahap ketiga yaitu penarikan kesimpulan, pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari hipotesis awal berupa data sementara dan di dukung oleh bukti-bukti yang kuat serta valid dan konsisten, untuk itu kesimpulan yang didapat bersifat kredibel. Kesimpulan kredibel adalah kesimpulan yang dapat menjawab

rumusan masalah awal, tetapi bisa juga kesimpulan yang didapatkan tidak menjawab rumusan awal namun berupa penemuan baru.

### 3.7 Keabsahan Data

Dalam proses melakukan uji keabsahan data yang diperoleh dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan upaya untuk memeriksa validitas data dengan memanfaatkan hal lain diluar data sebagai keperluan pembanding maupun pengecekan (Moleong, 2013:330). Triangulasi data dibagi menjadi tiga yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan pengumpulan data.

Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari lapangan melalui beberapa sumber (Moleong, 2014:331). Dalam hal ini peneliti nantinya akan melakukan pengumpulan data dengan cara melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah itu peneliti berusaha membandingkan hasil temuan tersebut dari beberapa informan. Peneliti menggunakan triangulasi sumber data disebabkan karena dalam mengkaji mengenai bagaimana pemanfaatan modal sosial yang ada dalam kelompok khususnya pada proses pengelolaan dan pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat, peneliti akan memerlukan sumber informasi dari pihak kelompok serta pendiri wisata ini.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

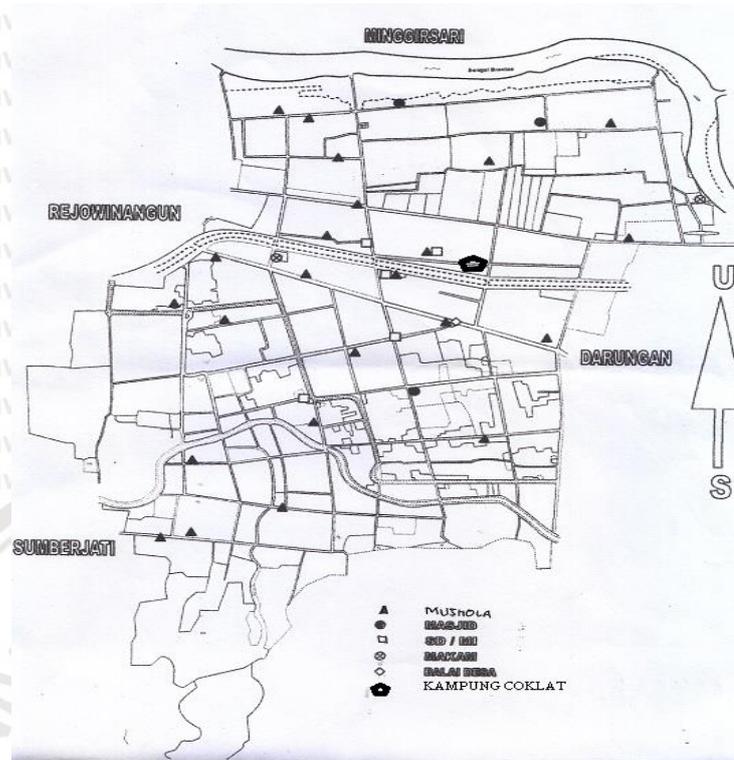
#### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1 Letak Geografis Wisata Edukasi Kampung Coklat

Secara geografis Wisata Edukasi Kampung Coklat terletak di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Desa Plosorejo sendiri merupakan salah satu desa yang letaknya dekat dengan pesisir pantai. Walaupun letaknya dipesisir pantai, desa tersebut sudah mudah untuk dijangkau dari pusat Kota Blitar, hal ini didukung dengan infrastruktur jalan yang sudah teraspal. Desa Plosorejo sendiri merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata yang berbeda dengan wisata lain, salah satu yang membedakan yaitu wisata ini mengusung tema edukasi. Wisata edukasi adalah suatu program dimana wisatawan berkunjung kesuatu tempat wisata untuk memperoleh pelajaran dari objek wisata tersebut.

Secara administratif Desa Plosorejo terletak di Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar Jawa Timur dengan batas wilayah sebagai berikut. Sebelah Utara berbatasan dengan Sungai Brantas, Sebelah Selatan berbatasan dengan Hutan Negara, Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Darungan Kecamatan Kademangan, Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Rejowinangun Kecamatan Kademangan, untuk mengetahui letak posisi Wisata Edukasi Kampung Coklat secara tepat dapat dilihat pada gambar peta 1.

Gambar 1. Peta Desa Plosorejo



Sumber : Profil Desa Plosorejo (2017)

Mengacu pada peta 1, dapat di ketahui bahwa letak wisata ini berada di tepi jalan utama. Jalan utama ini merupakan jalan lajur kabupaten, sehingga untuk menuju wisata ini sangatlah mudah. Lebih tepatnya wisata tersebut berada di Jl. Benteng Blorok No 18 Desa Plosorejo. Sebagai salah satu desa yang ada di Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar, Desa Plosorejo memiliki luas wilayah 857,20 Ha. Dengan rincian 2,5 ha digunakan untuk Wisata Edukasi Kampung Coklat dan sisanya digunakan untuk pemukiman, sawah, serta ladang. Selain memiliki potensi wisata Desa Plosorejo juga memiliki potensi alam yang bisa dimanfaatkan oleh penduduk. Potensi tersebut yaitu hasil sawah dan ladang. Hasil ladang yang bisa dimanfaatkan yaitu kelapa, kakao, pohon jati dan tetelan-tetelan yang lain.

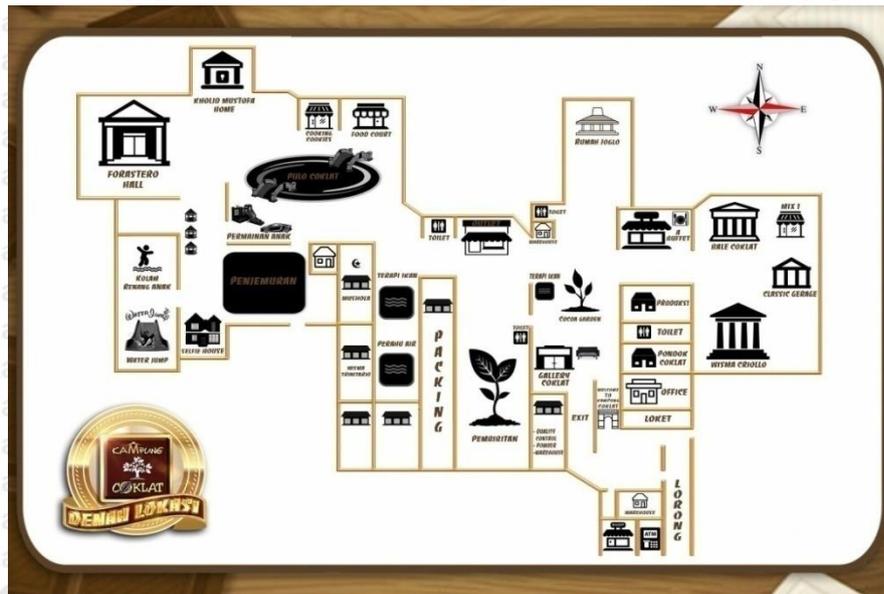
Keberadaan objek wisata tersebut menjadi sebuah keunikan. Keunikan sendiri merupakan suatu yang memiliki nilai tambah yang membuat produk memiliki perbedaan dengan produk lain. Keunikan produk yang ada dalam wisata menjadi penting dan harus ditingkatkan. Dengan adanya pengembangan keunikan suatu produk maka akan membentuk *image produk* sebagai pembeda dari produk lain.

Keunikan Wisata Edukasi Kampung Coklat ini tidak semata-mata hanya dari keindahan dan keasrian lokasi wisata yang di kelilingi dengan pohon kakao, melainkan karena adanya berbagai olahan coklat. Dengan memiliki berbagai produk olahan coklat, objek wisata ini dapat menarik wisatawan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Wisatawan yang datang ke objek wisata ini setiap tahunnya mengalami peningkatan, peningkatan wisatan dapat dilihat pada Tabel 1 hal 3.

#### 4.1.2 Kawasan Wisata Edukasi Kampung Coklat

Kawasan Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah kawasan wisata yang ada di Jl. Benteng Blorok No 18 Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Kawasan ini memiliki sebuah objek utama yang berupa kebun coklat yang di desain sebagai tempat wisata. Sebelum terbentuk wisata tempat ini terkesan sebagai kebun biasa, dan menjadi bahan pembicaraan masyarakat sekitar. Mereka menganggap sebagai hal yang biasa, karena hanya sebagai kebun saja, namun dengan berjalanya waktu kebun ini berubah menjadi tempat wisata dan banyak sekali dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Berikut gambar denah lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Gambar 2. Denah Lokasi Wisata Edukasi Kampung Coklat



Sumber : Profil Wisata Edukasi Kampung Coklat (2017)

Berdasarkan peta diatas dapat diketahui bahwa, Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak hanya menawarkan lokasi wisata berbentuk kebun kakao, tetapi ada banyak hal yang ditawarkan oleh objek wisata. Objek wisata yang ditawarkan sampai saat ini meliputi, kolam renang, *playground*, terapi ikan, *forestero hall*, rumah coklat, *food court*, *selfie house*. Semua objek itu bisa dimanfaatkan oleh para wisatawan untuk tempat bersantai. Selain menawarkan untuk tempat bersantai Wisata Edukasi Kampung Coklat juga menawarkan rumah produksi, rumah packing, tempat pembibitan, serta *cooking class*. Fungsi dari ketiga jenis ruang tersebut yaitu digunakan untuk tempat edukasi para wisatawan maupun pelajar.

Tempat pembibitan merupakan tempat yang bisa dimanfaatkan oleh semua wisatawan, tempat pembibitan ini didesain secara terbuka, sehingga setiap wisatawan bisa menikmati maupun belajar mengenai bagaimana cara membuat bibit tanaman kakao. Berbeda dengan ruang packing, ruang packing hanya bisa

diakses oleh karyawan Wisata Edukasi Kampung Coklat saja, karena ruang ini khusus digunakan untuk mengemas hasil produksi coklat. Tidak menutup kemungkinan wisatawan yang ingin tahu tempat ini bisa juga melihat dari sisi luar saja melalui jendela kaca. Ruang produksi adalah ruang khusus yang hanya bisa di akses oleh karyawan wisata, karena ruang produksi ini adalah ruang untuk memproduksi coklat.

*Cooking class* adalah salah satu ruang yang digunakan untuk menghias hasil produksi coklat. Selain coklat di kemas dalam berbagai bentuk, hasil produksi coklat juga dihias secara menarik. Orang yang bisa mengakses ruang ini adalah karyawan wisata, tetapi wisatawan juga bisa mengakses tempat ini. Jika wisatawan ingin mengakses tempat ini cukup membayar 5000, dengan membayar senilai tersebut wisatawan bisa belajar tentang menghias coklat serta bisa menikmatinya untuk dibawa pulang. Ruang *cooking class* tidak hanya digunakan untuk menghias coklat, tetapi juga digunakan untuk edukasi para siswa.

Penawaran wisata yang paling menonjol dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat ini adalah sebagai tempat edukasi. Edukasi yang ditawarkan dalam wisata ini yaitu tentang bagaimana cara membuat bibit kakao hingga memproduksi coklat. Siapapun boleh belajar, asalkan sebelum belajar harus konfirmasi kepada pihak wisata. Jikalau sudah konfirmasi kepada pihak wisata maka individu ataupun kelompok yang ingin belajar akan mendapat bimbingan dari pihak wisata.

Tidak hanya dapat bimbingan belajar saja, dalam edukasi ini juga diajak keliling keseluruhan objek wisata untuk dikenalkan berbagai objek yang ada dalam wisata tersebut.

Berdirinya objek wisata pada tahun 2013 hingga sekarang telah mengalami

perkembangan, perkembangan ini dapat dilihat dari semakin luasnya objek wisata serta semakin banyaknya objek wisata yang ditawarkan. Bisnis Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak hanya sebatas produk wisata, tetapi juga sebagai tempat jual biji kakao. Jual beli kakao yang dilakukan oleh wisata tersebut tidak hanya berlaku untuk wilayah Blitar saja, namun berbagai daerah lain pun ikut menjual kakao kesini. Daerah lain yang ikut melakukan transaksi jual beli dengan wisata ini yaitu seperti Daerah Jawa Tengah, Jawa Barat, Sulawesi hingga Papua. Menariknya lagi bahwa, masyarakat yang tinggal di Desa Plosorejo maupun disekitarnya juga ikut dalam melakukan transaksi, bahkan saat mereka menjual biji kakao sedikitpun tetap dihargai oleh pihak kampung coklat. Siang maupun malam siapapun yang ingin melakukan transaksi ke tempat ini akan dilayani. Harganya pun yang diberikan oleh pihak kampung coklat merupakan harga yang terbaik. Harga terbaik yang diberikan yaitu seharga Rp 25.000/ kilo. Tetapi tidak menutup kemungkinan harga ini bisa naik ataupun turun sesuai dengan harga pasar biji kakao dan juga jumlah permintaan pasar.

Keberadaan Wisata Edukasi Kampung Coklat menjadi sumberdaya tersendiri yang di miliki oleh Desa Plosorejo. Sumberdaya tersebut dapat di manfaatkan masyarakat desa untuk mencari nafkah dalam sektor pariwisata. Dengan berdirinya wisata ini mereka bisa membuka lapangan pekerjaan baru seperti membuka lahan parkir, membuka lapak dagang, serta penyedia penginapan bagi wisatawan. Kesempatan ini tidak hanya di akses oleh masyarakat yang tinggal didekat objek wisata, tetapi masyarakat yang jauh dari wisata ini bisa ikut merasakan keuntungan. Keuntungan yang didapat yaitu diberi kesempatan oleh

pihak wisata untuk ikut menjual produknya di dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat.

#### 4.1.3 Awal Mula Keberadaan Wisata Edukasi Kampung Coklat

Wisata Edukasi Kampung Coklat awal mulanya di rintis pada tahun 2004, sebelum wisata ini berdiri ada permasalahan yang menimpa seorang pengusaha ayam petelur yaitu Bapak Kholid Mustafa. Pada tahun 2004 dia mengalami kerugian atas usahanya tersebut, usaha yang di jalani mengalami kerugian akibat merebaknya Virus Flu Burung H5N1. Dari kejadian tersebut dia berfikir bagaimana dia tetap memiliki sebuah usaha yang bisa menopang hidupnya. Dari kejadian ini kemudian dia menemukan sebuah ide tentang tanaman kakao.

Peralihan dari peternak ayam menjadi petani kakao merupakan suatu pekerjaan yang tidak mudah, dari ketidak mudahan tersebut dia berusaha belajar mengenai tanaman kakao bersama orang tuanya. Bahwa ketika Bapak Mustafa menjadi pengusaha ayam, orang tuanya sudah menanam kakao terlebih dahulu, namun hasilnya masih belum maksimal. Selain belajar bersama orang tuanya dia juga belajar di PTPN XII Blitar dan Puslit Jember. Selesai belajar dari kedua lembaga itu, hasil dari pembelajarannya berusaha untuk di kembangkan di rumah.

Pengembangan hasil belajar tersebut berupa membuat bibit tanaman kakao. Bibit yang dia buat di sebarluaskan ke seluruh masyarakat Desa Plosorejo secara gratis untuk ditanam. Pembelajaran yang dilakukan oleh Bapak Mustafa telah membuahkan hasil, tanaman milik orang tuanya dengan lahan 720 m<sup>2</sup> yang beliau rawat telah berkembang.

Tahun 2006 merupakan awal mula mulai berkembangnya bisnis kakao yang dilakukan oleh Bapak Mustafa. Tanaman kakao milik orang tuanya dengan luas

lahan 720 m<sup>2</sup> yang dia rawat menjadi awal tombak bisnis ini berjalan. Hasil kakao dari panen lahan tersebut mulai dijual keluar Daerah Blitar salah satunya di Surabaya dengan harga Rp 16.000/kg. Bisnis ini kemudian berkembang dan masih berjalan sampai saat ini, penjualan kakao ini tidak hanya milik individu dari lahan tersebut, namun ada beberapa dari petani kakao lain yang setor ke beliau yang akhirnya biji yang dia beli disalurkan keluar daerah. Usaha bisnis jual biji yang semakin besar membuat Bapak Mustafa membuat sebuah paguyuban kelompok tani Guyob Santoso yang menangani jual beli kakao. Enam tahun kemudian setelah usaha bisnis jual beli biji kakao menjadi usaha yang besar, dan memiliki keuntungan yang lebih, Bapak Mustafa memiliki sebuah inovasi melakukan pengolahan biji kakao.

Biji kakao yang di miliki oleh bapak Mustafa selain untuk di jual dalam bentuk mentah, dia juga berusaha untuk mengolah biji kakao sendiri. Pengolahan biji kakao ini berupa aneka coklat yang bahannya berasal dari kakao. Pengolahan biji kakao berawal dari tahun 2013 hingga dilakukan sampai sekarang. Pada tahun 2014 setelah mengalami keuntungan yang lebih, Bapak Mustafa berinisiatif membuat wisata dengan lahan 720 m<sup>2</sup> tersebut dengan wahana wisata edukasi, wisata ini di usung dengan brand tanaman kakao. Setelah wisata ini dibuka, pertama kali yang melakukan edukasi disini yaitu TK Lukmanul Hakim Desa Plosorejo. Edukasi yang dilakukan diwisata ini adalah belajar mengenal tanaman kakao serta belajar proses penanaman tanaman kakao hingga pengolahannya.

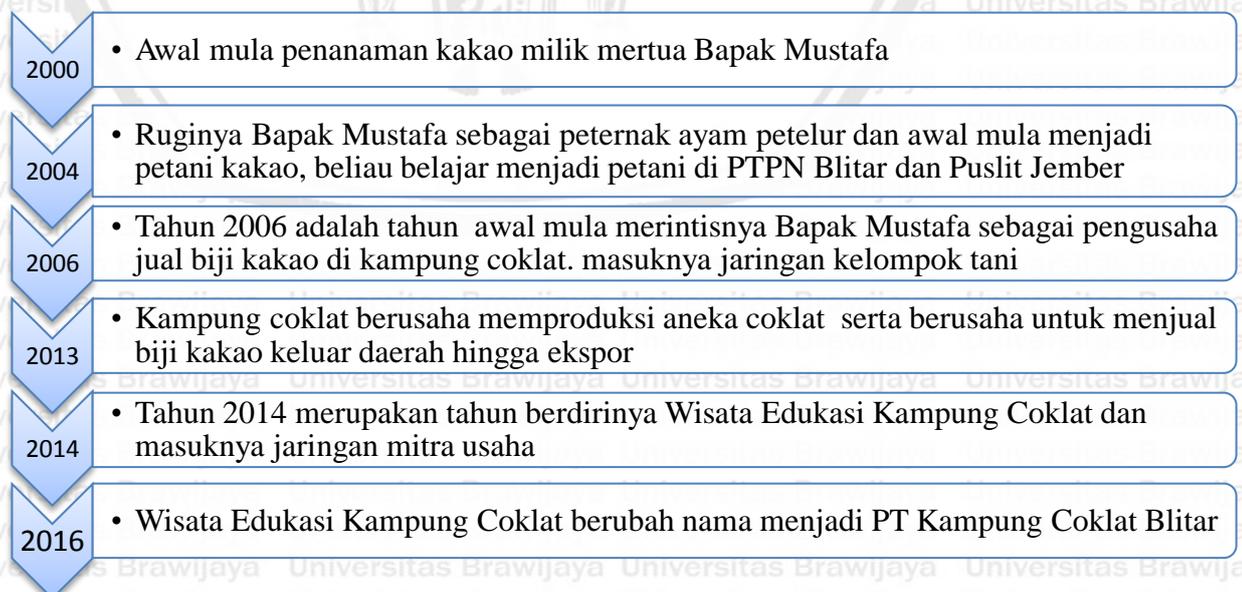
Berdirinya wisata edukasi ini menjadi sebuah inspirasi yang besar bagi Bapak Mustafa untuk mengembangkan dan menciptakan sebuah wisata. Berawal dari Kelompok Tani Guyob Santoso dia juga membuat sebuah koperasi yaitu KSU

Guyub Santoso yang menaungi para petani. Setelah berdirinya dua badan usaha tersebut wisata edukasi ini semakin berkembang dan akhirnya pada tahun 2016 bulan maret wisata ini membuat badan usaha resmi dengan nama PT Kampung Coklat. Nama Wisata Edukasi Kampung Coklat dicetuskan oleh Haris Habibah pada tanggal 15 april 2014 jam 15.30 WIB.

Wisata Edukasi Kampung Coklat yang sudah memiliki badan hukum berbentuk PT tidak melepas badan hukum yang lain seperti CV dan KSU, tetapi badan hukum berbentuk PT ini membawahi semua badan hukum yang lain.

Sehingga saat wisata ini memiliki badan hukum dalam bentuk PT, CV, dan KSU semua berkesinambungan. Masing-masing lembaga ini saling melengkapi satu sama lain. Dalam mengelola dan mengembangkan wisata, lembaga internal inilah yang menjalankannya dan dibantu dengan berbagai lembaga lain seperti kelompok tani dan mitra usaha. Untuk mempermudah melihat perkembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat dapat dilihat pada bagan berikut.

Bagan 2. Perkembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat.



Sumber : Olahan Peneliti (2017)

#### **4.1.4 Kondisi Sosial Masyarakat Setelah Adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat yang berada di Desa Plosorejo menjadi perubahan tersendiri bagi masyarakat desa. Masyarakat desa yang awalnya memiliki perilaku biasa kini dengan adanya wisata mengalami perubahan. Perubahan yang terjadi yaitu semakin eratnya mereka menjalin hubungan dengan tetangga. Hal ini dibuktikan dengan adanya kerjasama yang mereka lakukan seperti saling tolong-menolong dalam pekerjaan. Pekerjaan yang mereka tekuni setiap hari adalah usaha parkir. Setiap warga yang memiliki lahan luas dan berdekatan dengan wisata mencoba mengambil keuntungan dari lahan itu untuk dimanfaatkan sebagai tempat parkir. Bagi mereka yang tidak memiliki lahan maka mereka dapat bergabung dengan orang yang memiliki lahan. Sistem yang mereka gunakan adalah bagi hasil, misalnya 60% bagi pemilik lahan dan 40% bagi penjaga parkir.

Berdirinya wisata ini juga membawa dampak perubahan terhadap anak-anak muda. Dampak yang paling terlihat pada pemuda adalah perilaku tindakan mereka. Sebelum berdirinya wisata mereka memiliki perilaku yang wajar, tetapi setelah berdirinya wisata ini mereka memiliki tindakan baru yaitu sering berkunjung ke wisata. Berkunjung ke wisata tidak semata untuk berekreasi tetapi mereka memanfaatkan fasilitas wifi yang disediakan wisata. Wifi ini mereka manfaatkan untuk mengakses internet. Pemanfaatan wifi ini tidak dilakukan pada siang hari, melainkan pada malam hari. Pengaksesan pada malam hari disebabkan jaringan wifi yang kuat sehingga jika mengakses internet akan cepat. Dengan adanya fasilitas tersebut memudahkan para pemuda untuk mengakses internet

secara gratis karena sebelumnya jika mereka ingin mengakses internet dengan kecepatan yang baik harus ke warnet.

Perubahan perilaku sosial juga terjadi pada seluruh masyarakat Desa Plosorejo. Bahwa setelah berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat mereka rajin berkegiatan agama. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang diadakan oleh kampung coklat dan dilaksanakan pada sabtu pagi. Setiap sabtu pagi mereka datang ke wisata untuk ikut pengajian. Selesai pengajian mereka juga bisa menikmati objek wisata yang ditawarkan secara gratis. Tetapi sebelum wisata ini berdiri mereka juga sudah melakukan kegiatan tersebut yang dilakukan di rumah atau masjid setiap satu minggu sekali.

## **4.2 Managemen Pengelolaan dan Pengembangan Wisata Edukasi Kampung**

### **Coklat**

#### **4.2.1 Kepemilikan Wisata Edukasi Kampung Coklat dan Struktur Organisasi**

Berdirinya wisata edukasi kampung coklat tidak hanya dikelola oleh individu, tetapi ada orang lain yang ikut dalam mengelola wisata. Berawal dari bisnis jual beli kakao dan bibit tanaman kakao hingga mewujudkan tempat wisata, terdapat 3 tokoh penting dalam pendirian wisata edukasi, salah satunya yaitu Mustafa.

Kemudian 2 tokoh lainnya yaitu Bapak Takim dan Bapak Khomsun. Bapak Takim berperan sebagai manager personalia yaitu mengurus semua bidang kerja karyawan sedangkan Bapak Khomsun berperan dalam perdagangan biji kakao.

Awalnya wisata ini milik 3 orang salah satunya yaitu Mustafa, ketiga orang ini ikut serta dalam hal modal yaitu uang untuk mewujudkan wisata, hal ini diperoleh dari informan Ibu Jumarsi.

“Nak disek wong telu mas,, tapi lek sak iki emboh aku yo gak paham,,...pertama bukak i wong 3 yo konconi pak kholid kui joinan nak jamane aku jek nak kono ngola coklat i yo wong telu.. tapi lek sak iki wes gede aku ndak eroh (hasil wawancara dengan Ibu Jumasri pada hari kamis tanggal 5 mei 2017 jam 11.00 wib)”

[ Dulu pertama buka milik 3 orang, yaitu temanya pak kholid, tetapi saya sekarang tidak tau soalnya saya tidak bekerja disitu ]

Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti bahwa memang terdapat 3 orang yang merilis berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat. Mereka bertiga join dalam hal modal (uang). Modal yang mereka miliki dijadikan satu untuk mewujudkan tempat wisata. Awal mula tempat tersebut dijadikan tempat wisata pada tahun 2013 dan mengalami perkembangan pada tahun 2014. Tetapi setelah berdirinya tempat wisata yang mulanya hanya cakupan wisata kecil kini pada tahun 2016 wisata edukasi berubah menjadi PT Kampung Coklat dan di akui milik seorang saja yaitu Mustafa. Untuk 2 orang temanya tidak ikut dalam hal kepemilikan.

“Milik pribadi, karena namanya PT, kalau dulu kita formasi kecil kita menjadi ini bukan karena kemauan individual bukan lo..kan persyaratan untuk menjadi..kan kita skala besar wadahnya kita kalau cuman UD, CV atau Gapoktan itu kurang besar jadi orang-orang yang terkecimpung dipajak, dispenda gakmau, retribusinya kurang, ini lo penghasilannya sudah sekian ini kamu sudah gak bisa UKM lagi, kita ditunjukkan data-data yang komplet jadi kamu harus PT” (Hasil wawancara bersama Bapak Bahrowi hari rabu tanggal 3 mei 2017 jam 10.30 wib)

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa Wisata Edukasi Kampung Coklat sudah tidak lagi dalam skala UKM, karena penghasilan yang sudah besar sehingga wisata ini beranjak untuk menjadi PT. Dengan berdirinya PT maka hak kepemilikan milik pribadi. Walaupun milik pribadi tidak bisa dipungkiri bahwa wisata murni milik pribadi, tetapi berdasarkan pengamatan peneliti masih ada orang yang menyimpan saham dalam wisata tersebut. Kalau dilihat secara *real*

tidak mungkin bahwa wisata ini dimiliki pribadi, namun pasti ada orang lain yang ikut dalam mengembangkan wisata terutama dalam hal modal. Karena wisata terus membangun wujud fisik, sehingga tidak mungkin itu dana dari pribadi ataupun hasil dari keuntungan wisata.

Berdirinya PT Kampung Coklat pada tahun 2016 menjadikan perkembangan wisata semakin besar. Salah satu perkembangannya yaitu semakin luasnya lahan yang digunakan untuk tempat wisata. Dengan luasnya objek wisata menjadikan obsi tersendiri bagi pemilik wisata untuk membuat organisasi kepengurusan wisata. Fungsi dari organisasi ini adalah untuk memudahkan dalam menjalankan pekerjaan. Setiap bidang pekerjaan memiliki manager masing-masing dan manager inilah yang nantinya akan mengatur jalanya pekerjaan tersebut. Dalam organisasi tentunya tidak hanya di isi oleh kepala manager saja tetapi juga terdapat anggota yang membantunya. Berikut bagan organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Bagan 3 Struktur Organisasi Wisata Edukasi Kampung Coklat

**SUSUNAN ORGANISASI PT. KAMPUNG COKLAT BLITAR**



Sumber : Profil Wisata Edukasi Kampung Coklat (2017)



Susunan organisasi PT Kampung Coklat dibentuk untuk memudahkan pihak wisata agar lebih mudah untuk mengatur pengelolaannya. Tiap divisi dibentuk untuk menjalankan pekerjaannya masing-masing. Sebagai pemilik wisata yaitu Mustafa memiliki jabatan sebagai direktur utama yang tugasnya membawahi divisi-divisi lainnya. Setiap divisi memiliki peran masing masing dan diisi oleh satu kepala divisi. Bagian manager produksi diisi oleh Bahrowi, dia adalah seorang sintis di bidang coklat dan dialah orang yang membuat resep produk coklat. Selain membuat resep produk dia juga mencari jaringan luar untuk mendukung hasil produknya, misalnya dia mencari bahan bubuk coklat dari Australia. Manager personalia di isi oleh Mustakim, yang tugasnya mengatur karyawan wisata, selain mengatur karyawan dia juga mengatur para pihak UKM serta pihak petani kakao. Mengatur pihak UKM dan petani kakao ini adalah bagaimana dia mencari terobosan untuk membuka jaringan pihak ukm ataupun petani supaya bisa masuk dalam wisata.

Manager keuangan di isi oleh Ernes, tugas pokok dari manager keuangan adalah merekap keluar masuk uang serta profitnya. Jikalau semua orang karyawan kampung coklat ataupun pengurus membutuhkan uang buat operasional objek wisata maka manajer keuangan ini yang akan tuju. Selanjutnya manager operasional, fungsi dari manager ini adalah mengatur semua kegiatan yang ada di wisata, mulai dari pengadaan *event*, penyelenggaraan tentang pembelajaran pengelolaan wisata. Kemudian manager pengelolaan biji, fungsi pokok dari manager ini adalah mengatur kegiatan jual beli biji baik lokal maupun regional.

Manager inilah yang nantinya memiliki kuasa kapan dan dimana biji ini akan dipasarkan. Manager ini tidak hanya mengatur dalam hal jual beli saja, tetapi juga

mencari jaringan luar untuk mempermudah pemasaran biji. Sampai saat ini jaringan yang di bangun yaitu ke Daerah Surabaya.

Manajer admin dalam Wisata Kampung Coklat bertugas sebagai mengatur operasional kantor, seperti pengadaan *ticket*, penerimaan tamu, mengatur karyawan, serta pencatatan buku harian, bulanan dan tahunan. Manager sarana dan prasarana tugas pokok dan fungsinya yaitu pengadaan barang kebutuhan pembangunan wisata, selain itu dia juga bertugas untuk mencari perluasan lahan sebagai tempat pembangunan wisata. Dan yang terakhir adalah manager warung, manager warung ini mengatur semua warung yang ada di wisata. Dialah yang mencari karyawan siapa saja yang tepat di posisikan dalam warung tersebut. Tetapi karyawan yang dimasukkan dalam warung tersebut adalah karyawan tetap wisata.

Keberadaan susunan organisasi yang ada dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat merupakan kemudahan untuk mengelola wisata. Semua manager saling kerjasama untuk memajukan wisata tersebut. Dengan adanya organisasi mereka lebih mudah untuk mencari terobosan baru untuk pola pengelolaan wisata. Pengelolaan wisata tidak hanya dilakukan oleh kepala manager tetapi masih ada anggota dibawah kepala manager. Merekalah yang nantinya akan membantu kepala manager dalam bekerja.

#### **4.2.2 Sistem Kerja di Dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat pada tahun 2013 memiliki keberagaman sistem kerja. Sebelum menjadi wisata, kampung coklat sudah merekrut karyawan untuk membantu pengolahan biji kakao serta penanaman kakao di kebun. Pekerjaan pengelolaan dan penanaman ini berlanjut hingga tahun

2012. Pada tahun 2013 kampung coklat yang bermula hanya berjalan didunia bisnis jual beli kakao, mencoba untuk menjadikan kampung coklat itu menjadi wisata.

Proses pertama menjadi wisata masih dijalankan oleh karyawan yang menjadi perekrutan pertama. Ketika proses ini berlanjut dan saat kampung coklat membuka wahana wisata, kemudian dari pihak pemilik mengadakan perekrutan karyawan kembali dengan jumlah yang lebih banyak yaitu sekitar 100 orang.

Masing-masing karyawan memiliki pekerjaan sendiri-sendiri sesuai dengan bidangnya, ada yang menjemur kakao, mengolah kakao menjadi coklat, pengemasan. Bagi karyawan laki-laki maupun perempuan yang bekerja dibagian pengemasan akan mendapatkan upah dengan sistem kiloan. Artinya setiap satu kilo akan dihargai dengan rupiah. Tetapi setelah tahun 2013 sistem ini berubah, yaitu semua karyawan yang bekerja didalam kampung coklat akan mendapatkan gaji perhari dan dikasihikan setiap minggu. Bagi karyawan yang mau lembur akan mendapatkan upah tambahan yaitu persatu jam Rp5000. Sistem ini berlaku sampai dengan sekarang.

Wisata ini memiliki perbedaan dengan tempat lain. Bilamana pada tahun 2013 penempatan karyawan sesuai dengan bidangnya, pada tahun 2014 sistem ini berubah. Setiap karyawan tidak hanya bisa mengerjakan satu pekerjaan, melainkan dia memiliki peran ganda. Bilamana satu minggu bekerja di *packing* bisa jadi satu minggunya lagi akan pindah kerja di produksi. Begitu juga pekerjaan-pekerjaan yang lain mempunyai sistem *rooling*.

Perkembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat yang semakin besar adalah berkat dari kerjasama karyawan wisata. Semakin mereka memiliki hubungan yang

erat dan tidak ada jarak antar satu karyawan dengan karyawan lain akan memudahkan untuk menjalankan pengelolaan dan pengembangan wisata.

Toleransi yang diberikan pemilik terhadap karyawan menjadi hal penting yang dapat dijaga. Sejauh ini toleransi yang ada dalam Wisata Kampung Coklat memang sengaja dibangun. Untuk karyawan sendiri yang ada dalam objek wisata tidaklah semua berpendidikan tinggi, ada juga karyawan yang hanya berpendidikan SD. Menjadi karyawan wisata kampung coklat tidak wajib memiliki pendidikan tinggi, cukup memiliki *skill* yang baik.

#### 4.2.3 Pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Coklat

Wisata merupakan suatu wujud yang kompleks, dari kekompleksan ini maka perlu ada suatu tata kelola/pengelolaan supaya objek wisata tersebut tersusun rapi.

Pengelolaan identik dengan manajemen, manajemen merupakan usaha utama yang dilakukan oleh instansi untuk mencapai tujuan. Sementara pengelolaan sendiri merupakan proses pengintegrasian dan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efisien dan efektif melalui orang lain (Andriyani, 2009). Oleh sebab itu dapat dipahami bahwa pengelolaan wisata adalah proses atau cara instansi mencari celah atau strategi untuk mengembangkan objek yang ditekuni untuk menarik perhatian wisatawan.

Berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat erat kaitannya dengan pengelolaan wisata. Sejak berdiri pada tahun 2013 wisata ini sudah menerapkan pengelolaan wisata dengan tujuan agar objek wisata tersebut dapat menarik perhatian wisatawan. Sebelum melangkah lebih jauh dalam mengelola wisata, terdapat perencanaan yang dibuat supaya tidak keluar dari tujuan yang akan dicapai. Dalam pengelolaan tidak hanya sebatas perencanaan saja, tetapi setelah

perencanaan disusun, kemudian dilaksanakan dan tahap selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi sendiri adalah suatu prosedur sistematis untuk menilai/mengukur rancangan, menilai pekerjaan yang telah dilakukan dan selanjutnya menyajikan informasi bagaimana langkah selanjutnya yang akan diambil. Evaluasi yang dilakukan wisata ini dilakukan secara rutin, hal ini disampaikan oleh informan utama yaitu Bapak Bahrowi.

“Kalau pengelolaan tetap pertama evaluasi harus ada, evaluasi itu kita lakukan rutin tiap minggu, ada akhir bulan terus ada lagi akhir tahun, selain itu nanti ada jadwal yang kondisional, misalnya begini,,kita ada request dari rombongan misalnya ada kolega kita ditravel, trus ada kontak personya trus nanti ada negosiasi berapa jumlah rombongan, kapan dilakukan, ada tempat atau tidak yang dibutuhkan apa, seperti biasa itu lo rul” (Hasil wawancara bersama Bapak Bahrowi hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib.

Sejak berdirinya wisata sampai sekarang pengelolaan yang ditonjolkan adalah dalam hal pembangunan fisik serta produk wisata. Pihak wisata memang sengaja membangun fasilitas-fasilitas terlebih dahulu untuk mengikat wisatawan, dan ketika wisata ini sudah banyak dikenal oleh kalangan umum maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan adalah pengembangan wisata. Sistem pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak hanya dilakukan oleh individu melainkan terdapat orang lain yang membantu individu tersebut. Orang lain yang membantu dalam mengelola wisata disini adalah karyawan wisata serta rekan-rekan pemilik wisata.

Menurut informan Bahrowi selain dari karyawan, wisata ini juga dikelola oleh beberapa kelompok petani dan juga dari mitra usaha. Para mitra usaha ini mengelola wisata dengan tindakan menyetorkan hasil produk mereka yang kemudian produk mereka dipasarkan dalam objek wisata ini. Selain mengelola wisata mitra usaha juga sebagai pendukung untuk perkembangan wisata.

Pendukung wisata ini tidak hanya dari UKM tetapi juga ada dari paguyuban parkir, dengan adanya penyedia parkir maka akan memudahkan wisatawan untuk menaruh kendaraan. Kemudahan juga dirasakan oleh pihak wisata, karena jika tidak ada penyedia jasa parkir pihak wisatapun akan kesulitan menghadapi wisatawan yang terlalu banyak.

Selama berdirinya wisata ini pengelolaan wisata masih dilakukan dalam tahap internal, tetapi setelah 5 tahun berdirinya wisata ini akan dikembangkan untuk *ekspan* keluar.

“Kalau 5 tahun pertama kita masih diinternal, kita umurnya masih 3,5 tahun, jadi setelah menginjak 5 tahun kita wacanakan untuk ekspan diluar” (Hasil wawancara bersama Bapak Bahrowi rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Berdasarkan pernyataan tersebut bahwa, sampai saat ini pengelolaan wisata kampung coklat masih fokus dalam internal saja. Ketika wisata sudah berumur 5 tahun maka pihak pengelola sudah memiliki rencana untuk mengembangkan wisata dengan cakupan yang lebih luas.

#### **4.2.4 Pengembangan Wisata Kampung Coklat**

Wisata Edukasi Kampung Coklat yang semakin banyak diminati wisatawan regional maupun nasional menjadikan pengelola wisata tidak hanya melakukan sebatas pengelolaan wisata saja, tetapi pihak pengelola juga berusaha mengembangkan objek wisata. Pengembangan objek wisata dapat diartikan usaha atau cara untuk membuat jadi lebih baik segala sesuatu yang dapat dilihat dan dinikmati oleh manusia sehingga semakin menimbulkan perasaan senang dan dapat menarik perhatian wisatawan (Dermatoto, 2008). Pengembangan erat kaitanya dengan pembangunan, baik fisik maupun non fisik. Mengembangkan

objek wisata tidak hanya sekedar melihat apa yang diminati wisatawan sekarang, melainkan juga melihat secara jangka panjang.

Pengembangan Wisata Kampung Coklat berbeda dengan pengelolaannya, jika pengelolaan wisata lebih banyak dikelola oleh para karyawan, kini mengembangkan wisata mereka melibatkan pihak luar. Karena dalam pengembangan tidak bisa dilakukan sendiri, oleh karena itu wisata ini berusaha melakukan pendekatan dengan organisasi lain yaitu dinas pariwisata, dinas perkebunan, kelompok petani serta mitra usaha. Masing-masing organisasi ini memiliki peran yang berbeda, dinas pariwisata memiliki peran pengawasan berdirinya objek wisata tersebut serta memberikan motivasi kepada wisata kampung coklat bagaimana cara wisata ini bisa menarik perhatian para wisatawan. Dinas perkebunan dalam wisata ini adalah motivatornya kampung coklat dalam mengolah biji serta kebun coklat mereka. Sedangkan petani serta mitra usaha memiliki peran sebagai pengembang berdirinya wisata dengan menyetorkan hasil usaha mereka ke wisata.

Selama pengelolaan berlangsung 3,5 tahun, Wisata Edukasi Kampung Coklat akan mengembangkan objek wisata hingga bertaraf internasional. Cita-cita ini merupakan akan mewujudkan visi-misi mereka. Untuk mewujudkan visi-misi ini ini tidaklah gampang. Ketidak gampangan ini maka pihak wisata menjalin kerja sama dengan lembaga lain. Lembaga lain ini adalah dinas pariwisata, dinas perkebunan, paguyuban petani coklat, mitra usaha/UKM desa. Dan sering kali untuk mengembangkan wisata, pihak wisata ini juga mendatangkan dari salah satu NGO yaitu NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International).

Tujuan mendatangkan NGO ini adalah untuk memberikan arahan pengelolaan coklat, kebun coklat, serta SDM.

Kerjasama yang dibangun kampung coklat dengan organisasi non pemerintah yang sudah berjalan saat ini adalah tentang pengembangan SDM dan budidaya.

“Sementara ini kerja sama dibidang sdmnya, budidaya, penangan pasar panen...trus nanti insyaAllah akan didirikanya sekolah kakao mungkin kalau disetujui,,membuat prososal sekolah kakao yang ada dikampung coklat ..semoga disetujui” (Hasil wawancara bersama Bapak Bahrowi rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Untuk mencapai visi dan misinya Wisata Kampung Coklat yang bekerja sama dengan NGO menjadikan suatu kemudahan bagi mereka. Dengan adanya kerjasama untuk mengembangkan wisata sampai saat ini juga sudah mewacanakan bahwa wisata tersebut akan membangun sekolah kakao. Kemungkinan sekolah ini akan di bawahi oleh NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International). Dengan adanya wacana pengembangan ini maka visi-misi dengan wisata edukasi bertaraf internasional akan terwujud dan secara tidak langsung wisata kampung coklat ini akan semakin dikenal secara luas.

Mewujudkan wisata yang bertaraf internasional menjadikan obsi tersendiri pihak wisata untuk mengembangkan SDM yang dimiliki. Sehingga selain mengembangkan objek wisata, penting juga untuk mengembangkan SDMnya.

Tujuan dari pengembangan SDM ini adalah untuk menjadikan karyawan kampung coklat memiliki pengetahuan yang lebih. Cara pengembangan SDM dilakukan dengan dua cara yaitu secara internal dan eksternal. Pengembangan secara internal yaitu dilakukan sendiri didalam objek wisata. Sedangkan cara

eksternal dilakukan dengan *ekspan* keluar, yaitu ke Daerah Surabaya, Jakarta dan Bali.

#### 4.3 Produk Wisata Kampung Coklat

Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak hanya menawarkan tempat wisata saja, tetapi juga menawarkan berbagai produk olahan coklat. Semua produk yang ditawarkan dalam wisata ini hampir 98% berbau coklat. Produk yang di tawarkan seperti mie coklat, minuman coklat, coklat batangan, snack coklat, bubuk coklat serta buah kakao. Produk yang ditawarkan dalam wisata ini sebagian besar merupakan hasil dari kampung coklat sendiri. Pihak kampung coklat berusaha untuk mengolah produk yang berbahan coklat. Tetapi sebagian bahan yang digunakan berasal dari luar, misalnya bubuk coklat yang di datangkan dari luar daerah yaitu salah satunya dari Malaysia. Alasan mengambil dari Malaysia adalah karena bahan dari sana memiliki kualitas bagus. Selain memiliki kualitas bagus bahan dari Malaysia dapat dijadikan sebagai pesaing produk olahan coklat.

Sebagai salah satu PT yang mengimpor produk dari luar, tidak hanya mengimpor bubuk saja tetapi juga mengimpor bahan yang lain juga. Seperti susu yang digunakan untuk campuran produksi coklat. Susu yang didatangkan oleh pihak wisata ini berasal dari Australia, Belanda, Jerman serta dari Indonesia.

“itu susu ada 4 negara lo, Indonesia ada sedikit, Australi ada terus Belanda ada, Jerman ada, itu urusan susu saja, itu mendatangkan dari Australia, kalau semua sudah ngejar sudah aku jadi broker ae,, jadi importir khusus aptm, biasa ae udah terkejar lagi aku jadi narasumber ae mentok wes, sampai ada yang ngejar lagi kan gak ada, mangkanya aku sekarang ee semua lini itu tak lepasi semua,,aku sekarang tinggal khusus di edukasi itu” (Hasil wawancara bersama Bapak Bahrowi hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib

Masalah susu yang digunakan untuk campuran produksi coklat saja pihak kampung coklat mendatangkan dari 4 negara, yang fungsinya di gunakan untuk membuat produk yang nantinya akan dijual di kampung coklat.

Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak hanya menjual dari hasil olahanya sendiri, tetapi juga menjual dari olahan pihak luar. Produk olahan luar yang masuk dalam wisata ini berasal dari UKM desa. UKM yang diutamakan masuk dalam wisata ini adalah UKM dari Desa Plosorejo. Bilamana dari desa tersebut tidak mau maka UKM dari desa lain bisa masuk. Produk dari UKM yang masuk dalam wisata edukasi kampung coklat ini berupa aneka *snack* coklat, makanan berat, serta pernak pernik lainnya.

#### 4.4 Deskripsi Informan

1. Bahrowi, merupakan informan kunci dalam peneitian. Dialah yang menjelaskan semua apa yang diinginkan oleh peneliti selama penelitian berlangsung. Posisi Bahrowi dalam kampung coklat adalah seorang saintis yang tugasnya sebagai kepala produksi serta perencana pembangunan kampung coklat. Dia bergabung dengan kampung coklat pada tahun 2013 saat awal mula wisata ini berdiri. Sebelum bergabung dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat dia sudah menjadi seorang analyse disalah satu perusahaan di Surabaya. Informan ini merupakan sebagai pendukung dari data penelitian untuk menjawab dari manajemen pengelolaan dan pengembangan wisata serta bagaimana mereka membuka jaringan dengan lembaga lain, selain itu informan ini digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana modal sosial dimanfaatkan untuk mengelola dan mengembangkan wista.

2. Mustafa, merupakan informan utama dalam penelitian ini, Mustafa adalah pemilik wisata edukasi kampung coklat yang tinggal didaerah wisata.

Bapak Mustafa ini merupakan orang yang mendirikan Wisata Edukasi Kampung Coklat dan mengelola serta mengembangkannya sampai saat ini.

Peneliti memilih informan Mustafa ini sebagai pendukung data penelitian yang dilakukan di objek wisata. Peneliti berusaha mencari informasi yang berkaitan dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat kepada dia melalui wawancara terbuka yang dilakukan pada saat magang. Informan ini dipilih peneliti juga karena peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana dia memanfaatkan modal sosial untuk mengelola dan mengembangkan wisata.

3. AkhsinAK, merupakan salah satu pihak pengelola Wisata Edukasi Kampung Coklat yang bertugas dibagian managemen. Pada tahun 2017 Akhsin berumur 31 tahun dengan pendidikan SMA. Peneliti memilih informan ini karena untuk mengetahui tentang managemen yang digunakan kampung coklat untuk mengelola wisata.

4. Suwarno, adalah penduduk Desa Plosorejo yang bekerja sebagai petani kakao. Pada tahun 2017 ini dia telah berumur 48 tahun dengan menyangand pendidikan SMA. Suwarno merupakan salah satu petani kakao yang bekerja sama dengan kampung coklat sejak 8 tahun silam hingga sekarang. Posisi dia dalam kampung coklat sering kali dimintai tolong oleh pihak wisata untuk menjadi pendamping pengunjung wisata yang ingin mengenal tanaman kakao. Selain hal tersebut Bapak Suwarno sebagai petani kakao juga bekerja sama dengan wisata edukasi kampung coklat dalam hal jual beli biji kakao. Kerjasama yang dilakukan oleh

kedua belah pihak yang sudah terjadi sejak lama hingga menjalin ikatan yang melekat. Informan ini digunakan peneliti untuk memperoleh paparan tentang jaringan yang dibuka oleh Wisata Edukasi Kampung Coklat.

5. Eko, merupakan warga Desa Plosorejo yang kesehariannya bekerja sebagai petani kakao. Sekarang dia berumur 48 tahun dan pendidikan terakhir yang dia jalani adalah SMA. Sebagai petani kakao dengan memiliki lahan sendiri sering kali menjual hasil panen ke tempat wisata ini. Usaha menjadi tani kakao yang dia lakukan sudah sejak tahun 2005 hingga sekarang. Bapak Eko ini merupakan petani yang ikut kerjasama dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam hal usaha jual beli biji kakao, dia juga merupakan petani yang sudah terikat sejak 2005 silam dengan bergabung dengan paguyuban gabungan kelompok tani guyubsantoso. Guyob Santoso ini merupakan kelompok tani yang dibuat oleh wisata. Selain kerjasama secara langsung dia juga merupakan seorang pekerja yang ada di kampung coklat dengan kesehariannya dia sebagai staf kebersihan.

6. Siti Marwiyah, merupakan warga Desa Plosorejo. Dengan umur 42 tahun dia berprofesi sebagai pemproduksi makanan dan membentuk UKM. Ibu Marwiyah merupakan informan yang dipilih peneliti dari pihak UKM. Sebagai pemilik UKM di bekerja sama dengan kampung coklat, sistem kerja sama yang dilakukan yaitu dia menyetor hasil produksinya ke wisata dan nanti sama pihak wisata produk tersebut dibeli yang kemudian dijual diwisata tersebut. Informan ini juga dipilih untuk menjawab bagaimana wisata membangun jaringan dengan pihak luar untuk mengembangkan

wisata, serta bagaimana dia membentuk aturan yang disepakati bersama jika kedua belah pihak kerjasama.

7. Sulis, adalah seorang perempuan yang kini berumur 30 tahun dan berpendidikan SMA. Kini dia bekerja sebagai pemproduksi *snack* dan membentuk UKM. Ibu Sulis adalah informan yang dipilih peneliti dari pihak mitra usaha/UKM. Sebagai pemilik UKM dia bekerjasama dengan Wisata Kampung Coklat dalam hal pemasok produk. Informan ini dipilih peneliti untuk mengetahui bagaimana Wisata Kampung Coklat ini membuka jaringan dengan mitra usaha untuk berpartisipasi dalam mengembangkan wisata serta kerjasama dalam hal pemasok produk. Dari informan ini peneliti juga mempertajam masalah penggunaan modal sosial dalam bentuk kepercayaan, jaringan dan norma.

8. Jumasri, merupakan masyarakat yang tinggal disekitar Wisata Edukasi Kampung Coklat. Dengan umur 46 tahun kini dia berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dia berpendidikan SMA. Jumasri merupakan salah satu informan yang dipilih peneliti dari pihak masyarakat sebagai informan tambahan. Sebagai salah satu masyarakat yang tinggal disekitar wisata, dia merasakan dampak yang ditimbulkan dari keberadaan wisata ini. Dengan adanya wisata tersebut menjadi peluang bagi dia untuk membuka usaha, usaha yang dia buka yaitu penyedia lahan parkir. Lahan yang dia sediakan tidak hanya dikelola olehnya, namun dia mempekerjakan orang lain untuk mengelola lahanya dengan sistem bagi hasil. Sebelum membuka lahan parkir yang ada didepan rumah, dia juga bekerja di kampung coklat, dengan seiringnya waktu yang mendesak kebutuhan hidup akhirnya dia

keluar dari wisata tersebut dan membuka usaha tersebut. Informan ini digunakan peneliti untuk mengetahui dampak adanya Wisata Edukasi Kampung Coklat serta sejarah berdirinya wisata.



## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembangunan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat merupakan wujud dari pengembangan daerah khususnya melalui wisata. Setiap daerah pasti memiliki tempat wisata yang dapat dimanfaatkan untuk menambah Penghasilan Asli Daerah (PAD). Banyaknya wisata yang berdiri di setiap daerah akan memberi dampak pada daerah tersebut. Perkembangan pariwisata di daerah ini mengalami kemajuan beriringan dengan penataan dan pengelolaan wisata. Dengan beriringnya perkembangan wisata, objek wisata menjadi lahan baru untuk memperbaiki perekonomian masyarakat (Putri, 2017:1). Selain itu pariwisata juga dapat menumbuhkan produktifitas usaha-usaha masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatannya (Syahriar, 2015:19).

Berlakunya UU No 32 Tahun 2004 tentang kewenangan pemerintah daerah untuk mengelola wilayahnya, dengan berlakunya undang-undang ini setiap pemerintah gencar melakukan pembangunan sesuai dengan sumberdaya yang dimiliki. Wilayah Kabupaten Blitar dalam mengkaji UU ini semakin memperkuat dalam membangun tempat wisata serta mendukung setiap daerah yang memiliki potensi wisata untuk dikelola. Berbagai macam wisata yang ada di Blitar baik objek wisata baru maupun lama kini semakin dikembangkan, hasil dari perkembangan wisata dapat memberikan masukan pendapatan daerah Blitar.

Berbagai macam wisata yang ada di Blitar, mengusung tema yang berbeda beda untuk dapat menarik wisatawan. Ada wisata yang mengusung unsur religi, unsur alam, unsur budaya bahkan ada juga yang mengusung tema edukasi.

Berbagai unsur tersebut masih jarang yang membuat tema edukasi, bahkan sampai saat ini objek wisata yang membangun tema edukasi masih satu yaitu Wisata Edukasi Kampung Coklat. Wisata ini belum lama berdiri, namun sudah banyak diminati oleh wisatawan. Keberhasilan ini karena disertai dengan pengelolaan dan pengembangan yang baik.

Pengelolaan dan pengembangan yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat ini telah memiliki berbagai macam bentuk supaya wisata ini bisa terbangun dengan baik. Dalam menjalankan pembangunan wisata ini berusaha memanfaatkan modal sosial. Modal sosial menurut Putnam (dalam Field, 2016:51) yaitu bagian dari kehidupan sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. Adanya modal sosial ini mereka manfaatkan untuk menjalin hubungan kerjasama dengan organisasi lain dalam mengelola dan mengembangkan wisata. Mereka saling membangun jaringan, dan menciptakan sebuah kepercayaan hingga menerapkan norma supaya tujuan yang ingin dicapai cepat tercapai dan bekerja lebih efisien.

Pada tulisan Putnam modal sosial dijabarkan menjadi dua bentuk, yaitu modal sosial yang mengikat (*bonding social capital*) dan modal sosial yang menjembatani (*bridging social capital*) (dalam Field 2016:33). Kedua bentuk modal sosial ini mereka gunakan untuk berjejaring. Modal sosial terikat berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama dalam hal ini kampung coklat mengikat para petani kakao. Kelompok petani kakao ini merupakan kelompok yang berasal dari desa tersebut dan juga dari berbagai daerah khususnya Kabupaten Blitar. Jika pada penelitian yang dilakukan Maharani (2017) tentang

pemberdayaan ditemukan bahwa kelompok petani ini menjadi agen yang lemah (*lay agent*) tetapi mereka memiliki sebuah kesadaran dalam menjalankan hubungan kerjasama sehingga saat penelitian ini berlangsung dengan tema pengelolaan dan pengembangan wisata dia mampu menjalankan peristiwa ini.

Menurut informan Mustakim, bahkan dengan bergabungnya 48 petani kakao dari Blitar wisata ini sangat cepat dalam menjalankan pengelolaan. Para kelompok petani yang menjalin jaringan dengan kampung coklat ini juga didasari rasa percaya dan juga menjalankan norma yang telah ditentukan.

Kemudian modal sosial yang menjembatani merupakan ikatan antara orang yang lebih longgar, artinya menjalin ikatan yang lebih luas dalam situasi yang berbeda, dari modal sosial menjembatani ini pihak kampung coklat menjalin hubungan dengan dinas pariwisata, dinas perkebunan, dan NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International) serta mitra usaha. Berdasarkan teori Putnam tentang modal sosial, peneliti akan menguraikan pemanfaatan modal sosial dalam mengelola dan mengembangkan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat pada sub bab berikut.

### **5.1 Modal Sosial Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Modal sosial adalah suatu hubungan sosial diantara sekelompok individu atau keluarga yang berbentuk sebuah unit sosial (Aldrich, 2014:3). Putnam (dalam Field, 2016:51) menjabarkan modal sosial yaitu bagian dari kehidupan sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. Dalam modal sosial erat kaitanya dengan nilai kolektifitas yang tumbuh kembang dalam jaringan

hingga menciptakan sebuah resiprositas. Resiprositas akan lebih kuat jika didalam jaringan sama-sama menumbuhkan sifat tersebut.

Kerjasama akan muncul jika ada hubungan yang mengikat di dalam sebuah jaringan. Ikatan kuat akan menumbuhkan kerjasama yang kuat, begitu pula dengan sebaliknya jika ikatan lemah maka kerjasama akan lemah. Setiap anggota organisasi yang ikut melakukan kerjasamanya berhak untuk memberikan haknya digunakan untuk mencapai tujuan bersama sesuai dengan norma yang telah ditentukan. Penetapan norma dapat digunakan sebagai ketentuan anggota melakukan pekerjaan tanpa diawasi. Norma dilaksanakan jika satu sama lain saling percaya, kerjasama akan berhasil jika norma dan kepercayaan saling berkesinambungan. Melihat dari pengertian Putnam bahwa modal sosial bagian dari sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama dan memudahkan untuk proses timbal balik. Dari pernyataan tersebut bahwa norma dan kepercayaan menjadi sumber daya yang sangat penting dalam modal sosial.

Modal sosial memiliki tiga indikator yaitu kepercayaan, jaringan dan norma, yang saling berkesinambungan. Kepercayaan, jaringan dan norma berperan sangat penting dalam menjalankan kerjasama. Dalam melaksanakan pengelolaan dan pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat menerapkan modal sosial. Dalam menerapkan modal sosial dia juga berusaha menjalankan tiga indikator yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. Pihak pengelola memanfaatkan modal sosial untuk mewujudkan wisata yang lebih maju dengan taraf internasional.

### 5.1.1 Kepercayaan

Kepercayaan yang terjalin diantara mitra usaha dan juga dengan pihak luar yang dibangun Wisata Kampung Coklat sudah terjalin sejak mereka mulai bergabung. Satu dengan yang lain sudah sadar bahwa diantara menjalin hubungan kerjasama yang dilakukan akan didasari rasa kepercayaan guna untuk menjaga jalinan kerjasama serta untuk menjaga nama baik wisata. Ketika beberapa organisasi ini ikut kerjasama di dalamnya mereka berfikir bahwa saat hubungan kerjasama berlangsung maka akan mendapat keuntungan yang bisa didapat, misalnya dalam pemenuhan ekonomi, selain itu juga saat banyaknya yang ikut kerjasama maka wisata ini akan cepat berkembang.

Dalam tulisan Putnam kepercayaan merupakan suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasarkan pada perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti apa yang diharapkan dan bertindak dalam pola tindakan yang saling mendukung dan tidak merugikan bagi individu maupun kelompok (Putnam, 2000:19). Kepercayaan merupakan wujud kongret dari suatu investasi. Saat investasi dilakukan dengan baik dan didasari atas rasa percaya maka investasi ini akan cepat berkembang. Putnam juga menjelaskan dalam melakukan investasi sosial, menjadi hal penting bahwa pemberian penghargaan merupakan salah satu untuk mewujudkan kepercayaan.

Putnam (2000) menjelaskan bahwa kepercayaan akan tumbuh jika di antara kedua belah pihak memiliki nilai yang sama hal ini bisa di lihat melalui tali persahabatan. Kepentingan yang sama juga dapat memunculkan kepercayaan, bahwa tanpa kehadiran salah satu akan memunculkan sebuah kegagalan. Salah satu yang tidak kalah penting kepercayaan tumbuh karena adanya timbal balik yang diperoleh. Selain kepercayaan dapat tumbuh Putnam (2000) juga

menjelaskan bahwa kepercayaan dapat melemah jika salah satu pihak melakukan tindakan seperti, peran sentral, intoleran, perubahan struktur, ketidakjujuran, konflik.

Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam menjalankan pengelolaan dan pengembangan wisata memanfaatkan kepercayaan antara pihak-pihak yang ikut dalam kerjasama. Keinginan dari wisata dalam mengembangkan wisata lebih menonjolkan kerjasama dengan warga, selain mewujudkan hubungan dengan pihak yang longgar dia juga berupaya menjalin kerjasama bersama masyarakat sekitar.

“kita juga punya mitra yang diwarung yang suplay produk-produk diwarung yang kaya pepes dsb itu dari luar.terus ada juga mie coklat dll itu semua sistemnya kemitraan, kemitraan yang kita jalin adalah ya azasnya tetep saling memberikan manfaat dan ini juga untuk merangkul orang-orang disekitar kita agar ikut serta merasakan keberhasilan kampung coklat, berjuang bersama-sama seperti itu” (hasil wawancara dengan Bapak Akhsin pada hari kamis tanggal 5 Januari jam 14.00 wib)

Putnam (2000) menjelaskan kepercayaan bisa tumbuh jika kedua belah pihak memiliki ikatan persahabatan, untuk itu Wisata Edukasi Kampung Coklat ini lebih memprioritaskan warga sekitar karena mereka sudah memiliki tali persahabatan yang lama. Hal ini bisa di lihat bahwa mereka sudah sejak lama tinggal di sekitar wisata bahkan sebelum wisata ini ada warga sudah ada dan pemilik wisatapun juga tinggal di sekitar wisata tersebut. Dengan peristiwa ini kepercayaan lebih cepat berkembang apalagi dengan menjalankan kerjasama dalam mengelola wisata didasarkan atas kepercayaan tersebut akan lebih cepat tercapai.

Kepercayaan ini akan tetap terjaga apabila mereka tetap saling memahami dalam menjalankan kerjasama. Jika ada salah satu pihak yang tidak menjaga

kepercayaan yang mereka bangun maka hal ini akan merusak hubungan. Misalnya ada salah satu pihak yang tidak jujur, maka hubungan mereka akan merosot.

Putnam (2000) juga menyatakan ketidak jujuran merupakan salah satu akibat dari turunya kepercayaan. Contoh tindakan yang tidak jujur yang bisa merusak hubungan antara warga dengan wisata adalah ketika warga menitipkan barang ke wisata, tetapi warga ini melakukan tindakan yang ceroboh seperti barang yang dititipkan ini tidak sesuai dengan berat yang di inginkan wisata.

Sebuah jaringan tidak akan terbangun jika didalamnya tidak ada kepercayaan, maka hubungan tersebut tidak akan berjalan dengan baik.

Kepercayaan harus ada di antara orang atau kelompok yang ada. Bila satu sama lain sudah terjalin kepercayaan maka kerjasama akan berjalan dengan baik. Bila kepercayaan terbangun antara orang satu dengan yang lain maka hubungan tersebut akan lebih bisa menyatu dan kepercayaan merupakan modal sosial yang dimiliki untuk lebih bisa dipercaya orang lain. Membangun kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dilakukan, baik dalam modal sosial maupun dalam kajian lain.

Berbagai permasalahan yang muncul sebelum berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat bisa diatasi dengan mencari peluang kerja lain dan saling membantu sama lain untuk keluar dari keterpurukan. Mereka sama-sama mencari peluang dan membentuklah sebuah usaha. Usaha bermula dari cakupan kecil, di saat cakupan kecil berjalan lancar mereka berusaha mengembangkannya menjadi besar. Proses perkembangan ini bermula dari menjalin kerjasama dengan para petani kakao yang ada di seluruh Blitar hingga mencakup seluruh Jawa Timur.

Kerjasama yang mereka jalin berjalan dengan lancar karena di dasari dengan kepercayaan.

“masalah hubungan ya baik” saja, kita percayakan kepada petani.. soalnya petani yang nanem kita yang beli..intinya kita saling membantu untuk ekonomi..trus tadi saya katakan bahwa ke petani kita tidak ada MoU,,kenapa karena kita menjaga hubungan kalau ada MoU pasti salah satu ada yang rugi,,bene gak ada tuduh menuduh diantara kita” (hasil wawancara dengan Bapak Mustafa hari kamis 5 Januari 2017 jam 15.00).

Hubungan antara Wisata Kampung Coklat dengan petani kakao masih terjalin dengan baik selama kerjasama berlangsung. Norma yang merupakan perekat menjalin kerjasama tidak menjadi beban bagi mereka, karena norma ini tidak mengikat. Dia lebih memilih menjaga hubungan yang baik, selain menjalin hubungan yang baik landasan mereka kerjasama adalah untuk saling membantu satu sama lain. Jika seorang saja tidak mampu maka perlu adanya kerjasama supaya sama-sama mendapatkan keuntungan. Putnam menjelaskan kepercayaan dapat tumbuh jika kedua belah pihak memiliki kepentingan yang sama. Kepentingan sama ini dalam Wisata Kampung Coklat adalah kelompok tani dan wisata sama-sama untuk menjalankan kegiatan bisnis jual beli biji dan juga pengelolaan wisata.

Wisata Kampung Coklat yang merupakan tempat jual beli biji mengharapkan dari kelompok tani untuk menjual bijinya ke wisata. Kemudian wisata ini memiliki kepentingan untuk mengolah biji tersebut guna untuk menjalankan pengelolaan dan pengembangan wisata. Kepercayaan ini juga dibangun karena mereka saling membutuhkan. Putnam (2000) menjelaskan kepercayaan akan terbangun jika satu sama lain saling membutuhkan. Begitu pula petani membutuhkan tempat jual beli sedangkan wisata membutuhkan biji kakao untuk dimanfaatkan sebagai pengolahan produk. Kepercayaan yang mereka

bangun saat ini masih berjalan dengan baik dengan dasar rasa saling membutuhkan dan kepentingan bersama. Kepercayaan yang mereka bangun ini juga bisa menurun jika tidak dijaga, misalnya ada salah satu pihak yang memunculkan peran sentral. Hal ini juga diungkapkan Putnam (2000) bahwa peran sentral dapat menurunkan rasa kepercayaan.

Berdirinya Wisata Kampung Coklat juga memberikan dampak bagi warga sekitar. Wisata Kampung Coklat yang semakin besar membuat pengelola untuk menjalin hubungan dengan warga, warga diminta dan dipercayai untuk mengelola lahan yang ada disekitar wisata, lahan ini bisa digunakan untuk parkir dan jualan. Putnam (2000) menjelaskan kepercayaan merupakan suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial. Kampung coklat sudah menyerahkan semua kepada warga dan mereka bebas memanfaatkan lahan. Lahan ini adalah milik warga sendiri tidak ada kaitanya dengan wisata.

*“nak biyen kan dicekel kono trus akhire kan bludak gak kuat..gek yo gak piye?? Lahan e kan yo gak enek trus sampek nak lurung bgiwo nengen ngono trus akhire kan yo dikomplain wong...trus bhoso tahun baru bludak trus akhire wong-wong dienggokne sing enek lahane...maksute lahane wong-wong i dienggoki karo sing wisata,, kene ora siap pokok sing ndue lahan kui di enggok i ngono trus akhire karo wong-wong ditarik i duet yo kui akhire pertamane parkir nak jobo i ngono kui,,mau ne kan nak jero kono tp duite yo dipek kono..wong akui lo pas tahun baru pas rame-ramene yo ndelok nak ngarep konter kono..tp wong-wong podo menggek-menggok trus akhire tak toto,,tp kabeh wong o ngono trus bar kui diwehne masyarakat kanan kiri”* (hasil wawancara dengan Ibu Jumasri pada hari..tanggal 4 Mei 2017 jam 11.15 wib).

[kalau dulu dipegang sana terus akhirnya tambah banyak dan tidak kuat, lahanya kan juga tidak ada terus sampai jalan kanan kiri itu terus akhirnya diprotes, terus waktu tahun baru lebih banyak dan akhirnya sama orang-orang itu di belokkan ke tempatnya yang ada lahanya, maksute lahanya orang-orang ditempati sama yang wisata, sini tidak siap pokok yang punya lahan itu dibelokin terus akhirnya sama orang-orang dimintai uang, seperti itu pertamanya parkir diluar, sebelumnya parkir didalam tapi uangnya juga diminta situ, aku ini lo pas tahun baru waktu rame-ramenya ya melihat di depan konter itu, tapi orang-orang sama membelokkan trus akhire saya

tata, tabih itu semau orang terus habis itu parkir diserahkan ke masyarakat kanan kiri]

Permasalahan parkir yang diberikan kepada warga membuat wisata tersebut lebih mudah dalam menjalankan pengelolaan. Peluang yang diberikan wisata menjadi pilihan bagi warga sekitar untuk memanfaatkannya. Jika warga mau memanfaatkan peluang dua hal yang akan diperoleh, pertama warga sendiri memiliki penghasilan tambahan kemudian pihak wisata juga merasa bebanya berkurang karena tidak harus mengurus parkir. Membangun kerjasama dengan warga karena wisata ini ingin membagi keberhasilan atas keberhasilannya. Selain itu pihak wisata juga lebih kenal dekat dengan warga. Dari rasa kenal ini wisata menumbuhkan rasa percaya.

Putnam (2000) menjelaskan rasa saling kenal dapat menumbuhkan kepercayaan selain itu hidup secara kebersamaan juga menimbulkan rasa kepercayaan. Selain rasa kenal Putnam (2000) juga menjelaskan diantara orang yang saling kerjasama jika menghasilkan timbal balik kepercayaan juga terbangun. Dengan rasa kenal adanya timbal balik antara pihak wisata dengan warga mendapatkan suatu manfaat yang lebih, jika pengelolaan parkir yang sebelumnya dikelola sendiri kini dengan menjalin kerjasama dengan warga beban parkir wisata telah berkurang dan semua kegiatan parkir dikelola warga dengan baik.

Berkembangnya wisata semakin membuat pihak pengelola untuk menjalin jaringan yang lebih luas. Tidak hanya warga sekitar saja yang dilibatkan tetapi mereka juga berusaha menjalin hubungan dengan mitra usaha yang ada di daerah Blitar dan sekitarnya, Wisata Kampung Coklat berusaha menjalin hubungan dengan mereka untuk memperbesar cakupan dan mengembangkan wisata. Hubungan kerja sama yang mereka jalin yaitu mitra usaha tentang UKM. UKM

sendiri banyak yang mau diajak bergabung saat mulai wisata ini berdiri hingga sekarang. Tetapi dalam menjalin hubungan tidak selalu berjalan dengan baik, karena ada beberapa sebab.

*“Ya kadang baik kadang enggak..karena managernya waktu dulu ya gitu.. kadang bos e memberi perintah gini,pemahamane gini. ,, ancen yo mitra. Dulu coklate kurang sitik ae..narik kembali. Soale kadang manager e anu.. ngungkuli bos e ngunu manager e. terkadang bos e merintahe ngene, terus persepsine mungkin gak sama gitu. Tapi yo banyak enak e seh mas..soale kene kan nitip tok..sana yang nyiapin semuanya kan.. etalase semua sana”* (hasil wawancara dengan Ibu Sulis pada hari selasa tanggal 25 Juli 2017 jam 11.20 wib).

[ya kadang baik kadang juga tidak baik, karena managernya waktu dulu ya begitu, kadang bosnya memberi perintah gini pemahamannya gini,,namanya juga mitra, dulu coklatnya kurang sedikit saja suruh ambil lagi, soalnya terkadang managernya ya begitu,,managernya melebihi bosnya, terkadang bosnya merintah gini tapi persepsine manager beda gitu, tapi juga banyak enakya sih mas, soalnya sini cuma nitip saja, disana yang menyiapkan semua mulai dari etalase sudah ada].

Menjalिन hubungan memang sedikit sulit karena kita harus kenal satu sama lain, jika sudah kenal maka akan membuat hubungan mudah terjalin. Para mitra usaha semakin percaya kepada wisata karena mereka dipermudah dalam menjalin kerjasama. Semua fasilitas sudah disediakan oleh wisata mereka tinggal menitipkan produknya. Pada saat menitipkan produk mereka memberi kepercayaan kepada pihak wisata. Dengan perasaan yakin dan percaya bahwa wisata akan menjaga produk yang ditiptkan dengan baik dan bisa terjual, namun kedua belah pihak ini juga mengambil resiko. Di satu sisi pihak tersebut mendapatkan keuntungan dengan mengajak kerjasama dengan pihak lain, yaitu dengan kerjasama dengan mitra produk yang ada dalam wisata semakin beragam.

Toleransi merupakan suatu bentuk untuk membangun sebuah kepercayaan (Putnam, 2000). Toleransi yang diberikan Wisata Kampung Coklat membuat mudah bagi para mitra usaha, dengan adanya toleransi para mitra usaha mudah

masuk ke objek wisata tersebut untuk membangun kerjasama. Bentuk toleransi yang diberikan wisata ini seperti, ketika mitra usaha melakukan kesalahan maka dari pihak wisata memberi sebuah peringatan. Peringatan yang diberikan kepada mitra membuat mitra akan merubah diri menjadi lebih baik. Begitu pula pihak wisata telah menanam rasa percaya kepada mitra jika mereka mau melakukan perbaikan diri setelah melakukan kesalahan. Bentuk rasa kepercayaan ini juga bisa menurun jika kedua belah pihak intoleran (Putnam, 2000).

Adanya toleransi yang dibangun membuat pengelolaan wisata ini bisa berjalan, begitu juga dalam menjalankan kerjasama mereka memiliki kemudahan. Pengelolaan dan pengembangan yang dilakukan para mitra ini berupa membantu pihak wisata untuk memasok barang. Mitra ini memasok barang ke wisata yang telah dibuat dengan mengambil sebagian bahan dari Wisata Kampung Coklat. dalam mengambil bahan adakalanya mitra hutang kepada wisata dan hutang ini akan dibayar ketika dia memasok barang. Fenomena hutang ini juga dapat menumbuhkan rasa kepercayaan.

“bahanya beli sendiri, trus dari kampung coklat itu coklatnya, situ kan menyediakan, coklatnya beda,, masaku bedaa ..bedane coklat e pekat trus rasane ii njangget,,memamng murnii.. situ ya menyediakan coklat murni tp rasane pahit banget,, yo gak enak..nanti di sana setor trus ambil bahanya dari situ bisa dipotong dari setoran itu ya bisa.kalau tidak mau bayar sendiri” (hasil wawancara dengan Ibu Marwiyah tanggal 1 Juni 2017)

Toleransi yang diberikan Wisata Kampung Coklat membuat kemudahan bagi para mitra. Sistem menyettor barang kewisata membuat mudah bagi para mitra untuk barter sama bahan mentah, selain itu juga dapat dimanfaatkan untuk hutang piutang. Menjaga toleransi antar pihak akan lebih mudah jika didasari rasa jujur. Putnam (2000) dengan rasa jujur kepercayaan akan terbangun dengan baik, untuk itu ketika para mitra dengan wisata saling menjaga kejujuran hubungan

kerjasama ini akan tetap berjalan dan mempermudah dalam membangun objek wisata tersebut.

Membangun kepercayaan dengan para mitra dan kelompok petani tidak hanya melalui rasa kenal, toleransi, kepentingan yang sama tetapi pihak wisata juga memberi ruang bagi para jaringan tersebut dengan menghimpun mereka dalam payuban.

“kalau paguyuban kita buat, nanti ada salah satu yang menghendel, payubane mitra itu kita jadikan satu semua mitra, misalnya nanti ada sosialisasi nanti kita tinggal infokan ke satu orang terus info itu bisa disebar keseluruh anggota paguyuban,,sama ini fungsi buat paguyuban ini untuk mempererat hubungan para mitra” ( hasil wawancara dengan Bapak Bahrowi pada hari rabu 3 Mei 2017 jam 12.30 wib).

Keberadaan paguyuban menjadikan kepercayaan semakin tumbuh, kepercayaan muncul tidak hanya kepada pihak wisata melainkan juga para mitra.

Mereka saling membantu dalam kerjasama, saling mengingatkan satu sama lain bila ada yang salah ataupun melanggar norma. Dalam payuban ini kepercayaan dibangun melalui komunikasi dan interaksi antar kelompok. Pihak wisata yang memberi rasa percaya kepada para kelompok lain membuat kelompok ini menerima kepercayaan tersebut karena adanya timbal balik yang diperoleh.

Seperti kelompok petani memperoleh tempat jual beli sedangkan para mitra memperoleh tempat untuk memasarkan produk mereka.

Kepercayaan tumbuh terus dalam mempererat hubungan, inilah yang menjadi kunci sukses jaringan mereka. Kepercayaan merupakan dasar utama dari pembentukan jaringan, bila para mitra tersebut sering berkumpul dalam paguyuban dan di bawah oleh Kampung Coklat maka kepercayaan akan saling terbangun satu sama lain. Wujud nyata kepercayaan ini merupakan sering mengadakan perkumpulan yang diadakan oleh wisata, perkumpulan ini sering

membahas tentang berjalanya usaha serta penerapan norma. Komunikasi yang baik dan sering diadakan pertemuan dalam paguyuban menjadikan kepercayaan semakin kuat.

Mengembangkan wisata tidak hanya memerlukan jaringan dengan pihak terdekat saja, melainkan dia juga membutuhkan jaringan yang lebih luas.

Terbangunya wisata yang semakin besar menjadi opsi wisata ini diakui oleh hukum. Untuk itu wisata ini berusaha menjalin hubungan dengan dinas pariwisata dan memberi kepercayaan kepada dinas supaya wisata ini bisa berkembang.

“masalah itu sudah kita percayakan sama dinas, namanya juga dinas *masak dia akan nyeleweng ya gak lah*, dari dinas pariwisata kita *malah* mendapatkan beberapa sertifikat tentang gaet wisata nasional, artinya juga dipercayai *kita wisata iki biar bisa maju, gak Cuma ngene-ngene ae*, masalah hubungan baik-baiklah tidak diragukan, *misale awakmu rul karo iku sering diwei jajan opo coklat ngonolah,,lek diwei sering mesti awakmu suwi-suwi percoyo kan, yo iku gampang*” (hasil wawancara dengan Bapak Bahrowi pada hari rabu tanggal 5 mei 2017 jam 12.40 wib).

[masalah itu sudah kita percayakan pada dinas, namanya juga dinas tidak mungkin dia menyeleweng, dari dinas pariwisata kita diberi sertifikat tentang gaet wisata nasional, artinya kita juga dipercayai wisata ini biar bisa maju, tidak Cuma begini-begini saja, masalah hubungan baik-baiklah tidak diragukan, misalnya begini, kamu ini dan dia sering diberi jajan atau coklat begitu,, misal dikasih itu sering pasti kamu nanti lama-lama akan percaya, itu gampangnya]

Peran pengembangan yang tidak bisa dilakukan oleh sepihak, membuat wisata tersebut mencoba membangun jaringan dengan kelompok lain untuk mengisi peran dalam membangun wisata. Putnam (2000) peran kolektif perlu dibangun karena dengan adanya peran kolektif kepercayaan akan tumbuh. Peran dinas pariwisata ini sangat penting bagi Kampung Coklat karena dengan dinas ini membuat wisata menjadi di akui oleh hukum dan mendapatkan pengawasan. Saat pengawasan berlangsung dan wisata mendapatkan dukungan berupa pemberian

sertifikat membuat wisata ini lebih maju, dengan ini pihak wisata menumbuhkan sikap percaya pada dinas.

Kepercayaan yang dibangun diantara para mitra, jaringan yang lebih luas dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat semakin hari akan semakin erat karena interaksi yang meraka bangun semakin hari semakin kuat juga. Wujud kepercayaan juga terbangun melalui forum didalam paguyuban, semakin sering melakukan perkumpulan maka semakin erat hubungan mereka, dan dari mereka yang tidak kenal lama kelamaan akan saling mengenal satu sama lain dan akhirnya akan berujung saling memberi bantuan. Kepercayaan juga muncul dari rasa saling peduli antar pihak, persahabatan serta rasa kejujuran. Kepercayaan semakin kuat bila didasari atas relasi sosial, dengan membangun kepercayaan juga dapat memudahkan mendapatkan keuntungan. Jadi kepercayaan merupakan landasan untuk membangun hubungan yang lebih erat lagi, bila semua saling percaya maka tujuan yang akan dicapai juga cepat didapat. Begitu juga dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat saat ini yang membangun kepercayaan dengan beragam cara wisata ini dapat berkembang dengan cepat.

### 5.1.2 Jaringan

Dalam tulisan Putnam modal sosial merupakan bagian dari sosial-jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama. Dalam Putnam dijelaskan bahwa setiap organisasi yang ingin berubah atau ingin mencapai tujuan secara cepat dan efisien membutuhkan sebuah jaringan. Karena dengan adanya jaringan akan lebih mempermudah mereka dalam hal kerjasama. Menurut Putnam (1995:76) jaringan adalah infrastruktur dinamis dari modal sosial yang berwujud jaringan-jaringan

kerjasama antar manusia. Bertumbuhnya sebuah jaringan akan memunculkan interaksi antar organisasi dan mengakibatkan tumbuhnya kolektifitas untuk mengatasi masalah bersama. Dengan membuka jaringan organisasi maupun individu akan lebih mudah untuk mengatasi masalah, mencari informasi serta dapat digunakan untuk mencapai tujuan secara tepat.

Jaringan yang ada di Wisata Edukasi Kampung Coklat tidak muncul secara tiba-tiba, namun jaringan yang dia jalin memang sengaja diciptakan. Dengan menciptakan sebuah jaringan wisata ini dapat meningkat. Awal dari sebuah bisnis dan Wisata Edukasi Kampung Coklat yang dirilis oleh individu pada tahun 2005 tidak akan berjalan apabila dia jalankan sendiri. Kepemilikan modal sosial dalam individu pemilik wisata menjadi inisiatif membuka jaringan bagi organisasi lain untuk ikut berpartisipasi memajukan objek wisata. Sebelum menjadi tempat wisata, kampung coklat merupakan sebuah bisnis jual beli kakao, dalam bisnis ini dia menjalin kerjasama dengan 48 gapoktan kakao se-Kab Blitar.

“Untuk awal mula kita memiliki 48 kelompok tani kakao se-Kab Blitar, itu ada yang dari Kademangan, Bakung, Penataran, Srengat, pokonya 48 itu khusus dari Blitar..setelah itu kita berkembang dalam bisnis jual beli..dan mereka menyeter hasil ke kita...banyak sedikit kita terima..terus selain dari Blitar kita juga menjalin kelompok tani se Jawa Timur..pokoknya tani kakao itu kita saring semua” (hasil wawancara dengan Bapak Akhsin pada hari kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 14.00 wib).

Jaringan yang terbangun selama pengelolaan dan pengembangan Wisata Kampung Coklat berjumlah 48. Jaringan ini merupakan jaringan dari kelompok petani kakao yang ada di Kabupaten Blitar. Kerjasama yang di bangun petani dengan wisata adalah sama-sama membangun wisata dan juga kerjasama dalam dunia bisnis jual beli kakao. Putnam (dalam Field, 2016:33) jaringan yang mengikat (*bonding*) berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama. Ikatan

kerjasama dengan petani ini merupakan bentuk dari ikatan *bonding* karena mereka memiliki kesamaan dalam pekerjaan yaitu sama-sama berangkat dari petani kakao.

Berdasarkan hasil penelitian Maharani (2017) yang mengatakan bahwa para petani yang ada dalam wisata ini sebagai agen yang lemah (*lay agent*). Tetapi, walaupun mereka sebagai *lay agent* mereka memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya hubungan kerjasama. Dengan melakukan hubungan kerjasama mereka memiliki keuntungan yang didapatkan. Jaringan yang kuat akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta manfaat dari partisipasinya (Putnam, 2000:43). Jaringan yang dibangun wisata dengan petani memiliki ikatan yang kuat hal ini juga didasari atas kepercayaan. Jaringan ini di manfaatkan untuk saling memperkuat dalam mengelola dan mengembangkan wisata, selain itu timbal balik yang didapatkan antar pihak juga saling memperkuat hubungan yang mereka bangun.

Berjejaring dengan organisasi merupakan suatu yang tidak mudah, dalam kampung coklat sendiri yang telah memiliki modal sosial terlebih dahulu telah menanamkan berbagai cara bagaimana dia akan menjaring dengan organisasi lain. Untuk menjaring gapoktan saja mereka memiliki cara tersendiri.

“Kita iming-imingi dengan keberhasilan kita kita nanem waktu itu dalam satu hektar itu, seperlima hektar itu kasih, kalau ditanami padi itu kisaran 2-3 kuintal asalkan hidup, misalkan gitu, sedangkan kami kakao kebetulan waktu itu bagus sekali, itu lebih dari 4 kuintal padahal waktu itu harga kakao lagi melambung..dan kakao kan Cuma mengairi, memangkas sama bersih” gitu aja, kalau yang lain membajak, bikin padi yaa pinihan itu,,intinya untuk operasionalnya itu lebih ringan dari pada yang lain, untuk menariknya ya kita awali keberhasilan kita dulu, intinya untuk menarik ya harus ada pendekatan, trus kita beri contoh dulu..karena kalau tidak diberi contoh orang itu kalau bagus di jual dimana gitu”( hasil wawancara dengan Mustafa pada hari Kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 15.00 wib)

Hasil dari penjelasan ini merupakan bagaimana cara kampung coklat untuk menarik para gapoktan kakao yang ada di Blitar hingga cakupan provinsi. Mereka sengaja mengajak para petani dengan memamerkan keberhasilan mereka. Dalam memamerkan tidak hanya mereka lakukan melalui surat edaran, melainkan mereka juga mengumpulkan dari perwakilan gapoktan untuk ikut dalam forum musyawarah. Pendekatan yang mereka lakukan tidak hanya melalui ucapan tetapi dia juga mengajari mereka tentang penanaman kakao hingga pengolahan. Dengan keberhasilan kampung coklat yang besar menjadi sebuah contoh bagi para petani kakao lain untuk mengikuti jejaknya dan akhirnya mereka bersatu dan menjalin kerjasama.

Semakin banyak jaringan yang di jalin, bisnis yang dijalankan kampung coklat semakin besar. Kerjasama mereka semakin erat hingga menumbuhkan jaringan yang kuat. Dalam modal sosial sendiri terdapat jaringan kuat dan jaringan lemah. Jaringan kuat akan timbul jika didalamnya terdapat kepercayaan bagitu pula dengan jaringan akan melemah jika kepercayaan tidak ada. Semakin kuat mereka dalam menjalin kerjasama maka tujuan yang akan mereka capai semakin mudah didapatkan. Selama 8 tahun kerjasama yang dilakukan antara gapoktan dengan kampung coklat, akhirnya kampung coklat semakin besar dalam dunia bisnis. Saat kampung coklat semakin besar hingga akhirnya dia memiliki inisiatif untuk menjadikan tempat bisnis mereka menjadi objek wisata. Selama merilis objek wisata hanya dilakukan oleh individu saja tanpa ada pihak lain. Jaringan yang telah dijalinpun tidak ikut dalam merilis dia hanya fokus pada kerjasama bisnis jual beli kakao.

Tahun 2013 merupakan awal berdirinya tempat Wisata Kampung Coklat, dan wisata ini mengusung tema edukasi hingga akhirnya objek wisata ini dikenal dengan nama Wisata Edukasi Kampung Coklat. Setelah wisata berdiri ternyata tidak cukup hanya dikelola sendiri oleh pemilik. Secara sosial individu tidak bisa hidup sendiri, tetapi dia membutuhkan orang lain untuk melengkapinya. Akhirnya saat merintis objek wisata dia mengajak kerabat hingga tetangga untuk mewujudkan tempat wisata berbasis edukasi. Ketika tujuan menciptakan tempat wisata terwujud, pihak wisata semakin memperluas jaringan mereka guna untuk mendukung berdirinya wisata. Selain dimanfaatkan sebagai pendukung jaringan diperluas untuk memperoleh berbagai informasi terhadap kebutuhan wisata.

Sebagai pendukung berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat, pihak pengelola wisata berusaha untuk merangkul organisasi lain.

“Kita awal-awal lebih intens pada para petani, jadi untuk mensosialisasikan budidaya yang baik seperti apa dan sebagainya itu pada saat era budidaya sampai era trading, kemudian berkembang pada tahun 2014, setelah imam bahrowi bergabung membuat coklat pada akhirnya kita mengembangkan tempat ini menjadi tempat wisata disitulah kemitraan dalam bentuk lain itu mulai kita kembangkan jadi petani-petani tetanga yang jadinya hanya fokus untuk memproduksi biji, menanam, mereka kita dorong untuk membuat produk olahan turunan coklat, ada pisang coklat, dodol coklat, brownis dll, itulah produk-produk yang kemudian dibuat oleh tadinya petani, ada juga yang kolega, kemitraan yang kita lakukan sistemnya konsinasi, jadi mereka produksi sebagian bahan di ambil dari sini karena notisnya coklat, dan dijual dengan kondisi siap untuk di display siap dijual, kemudian kita jual disini, sistem hasil itu yang terjadi, buanyak produk, hampir semua produk yang ada digaleri itu produk dari luar, dari mitra itu tadi” (hasil wawancara dengan Bapak Akhsin hari Kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 15.00 wib).

Hasil dari penjelasan ini merupakan suatu wujud dari perluasan jaringan sebagai pendukung berdirinya wisata. Sebelumnya yang hanya menjalin kerjasama dengan petani kakao dalam bisnis, kini dengan berdirinya wisata pihak pengelola semakin memperluas jaringan untuk mendukung Wisata Kampung

Coklat. Menariknya lagi adalah jaringan yang mereka bentuk diambil dari tetangga terdekat terlebih dahulu. Dalam kerjasama yang dilakukan oleh kampung coklat dengan mitra usaha tetap saling menguntungkan satu sama lain, tanpa ada yang dirugikan. Bentuk kerjasama akan semakin kuat jika kedua belah pihak tersebut saling memberi kepercayaan.

Ketika kerjasama dengan petani mengalami keberhasilan wisata ini juga memperluas jaringan mereka. Putnam (1995:66) menjelaskan keberhasilan pada waktu sebelumnya pada jaringan ini akan mendorong bagi keberlangsungan kerjasama pada waktu selanjutnya. Seperti halnya jaringan Wisata Kampung Coklat yang awalnya membangun hubungan dengan petani dan mencapai hasil kini wisata juga membuka bagi jaringan lain untuk melanjutkan proses pengelolaan dan pengembangan wisata. Pada proses ini jaringan yang dibangun meliputi mitra usaha.

Mitra usaha yang dibangun Wisata Kampung Coklat memiliki keberagaman jenis, yaitu keberagaman jenis UKM, bila sebelumnya dijelaskan bermitra dengan petani kini dia juga bermitra dengan UKM. Sampai saat ini mitra usaha yang bergabung di kampung coklat sebanyak 25 mitra.

“Kalau mitra yang ada di gallery kurang lebih ada 25. Itu campuran,,ada yang dari sablonan, jajan macem-macem. Pokoknya yang ada digaleri itu kebanyakan dari mitra Kalau yang warung belakang gak tau..tapi kalau yang sidang biasanya yang galeri itu ikut semua”(hasil wawancara dengan Ibu Sulis hari selasa tanggal 25 Juli 2017 jam 11.00 wib).

Masalah jaringan dengan usaha Wisata Kampung Coklat menjalin hubungan sebanyak 25 mitra usaha yang terdapat dari beberapa daerah di Blitar.

Selain menjalin kerjasama dengan tetangga Wisata Kampung Coklat juga berusaha memperluas jaringan hingga luar wilayah. Menurut informan Ibu Sulis

jaringan mitra usaha diperluas hingga wilayah Tulungagung, Rejotangan, Ludoyo Blitar. Semakin banyaknya jaringan yang dibangun akan mempermudah Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam mengembangkan objek wisata. Banyaknya mitra usaha juga dapat mewujudkan sebuah kepercayaan yang diberikan pihak mitra kepada wisata.

Jaringan setiap kelompok memiliki pola tertentu, dalam berinteraksi setiap orang mereka akan memilih dengan siapa akan berinteraksi dan dengan alasan tertentu. Setiap orang yang berhubungan memiliki kepentingan yang sama begitu pula dengan pihak wisata dengan mitra usaha, mereka sama-sama memiliki tujuan yang sama yaitu untuk menjadikan wisata lebih baik dan dapat berkembang dengan pesat. Hal ini di dukung dengan peran mitra yang selalu siap sedia dalam menyediakan produk yang dipasarkan dalam wisata.

Kemajuan Wisata Edukasi Kampung Coklat semakin meningkat saat mereka menjalin kerjasama dengan organisasi lain. Mereka tidak berhenti begitu saja untuk menciptakan wisata yang lebih baik. Mereka mencoba mencari strategi lain untuk mengembangkan tempat wisata, hingga akhirnya dia juga mencoba menjalin hubungan dengan pihak lain, seperti dinas pariwisata, dinas perkebunan hingga lembaga swadaya masyarakat.

“kita juga bekerjasama dengan dinas perkebunan provinsi, dari kementerian kadang-kadang, kadang-kadang juga dari NGO ada CABI, kemitraan tidak hanya mensuplay bijinya ke kita, dan tidak hanya sekedar kita mensuplay bibit kemereka tetapi juga ada kita kembangkan lagi menjadi produk yang dibuat mereka kemudian dijual ditempat kita”(hasil wawancara dengan Ahksin hari Kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 15.00 wib).

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, perlu adanya kerjasama dengan pihak yang lebih tinggi untuk menciptakan tujuan. Jaringan yang di buat tidak hanya sekedar dalam area petani saja. Tetapi untuk mengembangkan wisata

menjadi lebih baik perlu pendekatan dengan pihak yang lebih tinggi. Seperti yang disebutkan bahwa mereka juga berjejaring dengan dinas pariwisata, perkebunan bahkan hingga NGO yaitu NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International). Putnam (dalam Field 2016:33) mengatakan modal sosial yang menjembatani (*Bridging Social Capital*), yang mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang, seperti teman jauh dan rekan bekerja. Dengan membangun jaringan yang tingkatannya lebih tinggi akan lebih mudah untuk menjangkau tujuan terutama dalam menjalankan pengembangan wisata. Jaringan yang dibangun dengan pihak lebih tinggi ini merupakan pemanfaatan modal sosial dalam bentuk *bridging*.

Jaringan ini dibentuk untuk menguatkan tempat wisata mereka. Misalnya NGO CABI, NGO ini bekerja dalam bidang penanganan kakao. Dengan kerjasama dengan lembaga swadaya ini kampung coklat akan lebih mudah dalam mengurus masalah kakao. Jaringan sangatlah dibutuhkan karena jaringan sosial menurut Lawang merupakan sebuah hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan mengatasi masalah bisa berjalan dengan efisien dan efektif (Lawang, 2005:71). Jaringan yang baik dan kuat akan membuat tumbuhnya modal sosial semakin baik dalam organisasi, dengan adanya tujuan untuk menciptakan wisata yang semakin baik maka semakin erat rasa untuk membangun jaringan.

Wisata Kampung Coklat yang bisnis sebagai jual beli kakao ataupun sebagai tempat wisata kini akses jaringannya semakin luas. Keuntungan yang didapat saat memiliki jaringan yang luas yaitu semakin mudahnya kita untuk mencapai tujuan. Dan ketika kita tidak memiliki jaringan dengan pihak lain maka kita akan mendapatkan kesusahan. Jaringan sendiri dalam modal sosial memiliki

dua bentuk yaitu *bonding* dan *bridging*. Menurut Putnam (dalam Field, 2016:33)

Modal sosial yang mengikat (*Bonding Social Capital*), yang berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama, seperti keluarga dekat, teman akrab dan rukun tetangga. Sedangkan modal sosial yang menjembatani (*Bridging Social Capital*), yang mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang, seperti teman jauh dan rekan bekerja.

Wisata kampung coklat dalam membuka jaringan menerapkan kedua bentuk tersebut. Ikatan *bonding* mereka jalin melalui rukun tetangga sebagai pendukung berdirinya wisata dan sebagai mitra usaha. Ikatan *bonding* juga dia bentuk melalui petani kakao, karena pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat sendiri berbasis kakao. Ikatan *bridging* dibentuk Wisata Edukasi Kampung Coklat melalui membuka jaringan dengan dinas pariwisata, dinas perkebunan, NGO CABI.

### 5.1.3 Norma

Dalam sebuah kerjasama akan ada norma atau aturan yang dipatuhi oleh kelompok agar kerjasama yang dilakukan dapat saling menguntungkan satu sama lain. Norma dibuat agar kerjasama antar kelompok memiliki pedoman. Menurut Hasbullah (2006:13) norma merupakan sekumpulan aturan yang diharapkan dapat dipatuhi dan di ikuti oleh anggotanya pada suatu kelompok sosial tertentu. Dalam berjejaring di Wisata Edukasi Kampung Coklat dibutuhkan norma yang berlaku, mulai norma dari pihak wisata sendiri hingga setiap organisasi.

Tulisan Putnam (dalam Anindita, 2016:34) norma merupakan aturan yang diharapkan masyarakat dalam entitas tertentu untuk dipatuhi. Disaat norma yang dibuat dipatuhi maka tidak perlu adanya pengawasan khusus saat menjalankan

pekerjaan. Dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat sendiri dalam menjalin kerjasama dengan pihak lain untuk mengelola dan mengembangkan wisata memiliki norma yang harus dipatuhi oleh pihak yang bergabung didalamnya.

Selama kerjasama berlangsung, pihak wisata menerapkan berbagai sistem dalam menerapkan norma. Untuk kerjasama petani dalam bisnis kakao terdapat norma yang diterapkan.

“yang kepetani ee kita tidak membuat MoU, karena petani sendiri sudah rugi, jadi petani sendiri itu kan kalau dirantai makanan itu paling bawah langsung di makan,,sudah bawah sendiri rugi pula,,jadi gini kenapa kita dengan petani itu tidak MoU,, maka saya lebih banyak ikatan emosional dengan petani,,kita kasi penjelasan, kita kasih aa,,kita garap SDMnya bagaimana menanam coklat yang baik, kalau dia ingin dapat dari kita sdm kita kasih,,ilmunya saya kasih..cara membuat aa cara membeli bibit yang bagus kita kasih ilmu itu,,cuman dalam hal penjualan kita kasih bebas.. yang penting saya beri harga didepan itu harga terbaik,,bukan termahal tapi terbaik,,terbaik itu kalau naik ya naik kalau turun ya turun (hasil wawancara dengan Bapak Mustafa pada hari kamis tanggal 5 januari 2017 jam 16.00 wib)

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pihak Wisata Kampung Coklat sendiri dalam kerjasama dengan petani dibidang bisnis jual beli kakao mereka menentukan sebuah norma. Norma yang mereka buat adalah norma yang tidak mengikat, artinya norma yang dibuat boleh dilaksanakan ataupun tidak.

Pihak wisata memberi kebebasan bagi mereka, norma yang dibuat hanya sebatas anjuran, saat mereka melakukan kerjasama mereka boleh menjual hasil ke pihak wisata dan juga boleh menjual hasil mereka ke pihak lain. Dalam menjalankan kerjasama mereka lebih mengedepankan ikatan emosiaonal.

Norma yang didasarkan atas kepercayaan maka akan menurunkan biaya transaksi dan memfasilitasi kerjasama (Putnam, 1993:172). Ikatan emosional dan norma tidak mengikat merupakan salah satu untuk mejaga kepercayaan dalam kerjasama. Inilah salah satu bentuk pemanfaatan norma dalam modal sosial yang

dijalankan oleh wisata. Norma ini dibentuk atas rasa kepercayaan sehingga dalam menjalankan kerjasama tidak ada salah satu pihak yang dirugikan apalagi norma yang di buat tidak memiliki kekuatan hukum.

Petani sendiri dalam menjalin kerjasama dengan wisata kampung coklat dalam bisnis jual beli kakao tidak merasa dibebani dengan ikatan. Karena aturan yang diterapkan tidak mengikat.

*“aturane mboten enten, nak petani niku namong setor biji teng mriku,, kono gak wei aturan kudu pye ngono ii gak enek..pokok nyetor titik okeh ya ditrimoo..pandingane sekilo pas ra ndue duet pokok digowo nak kono ya di trimo..kono i penak kok mas gak neko-neko kyok liyane..biasane lek liyane kudu kakao ne sing apiklah sing garinglah..kono i wes gak ono”*(hasil wawancara dengan Bapak Suwarno hari selasa tanggal 11 April 2017 jam 10.15 wib)

[Kalau aturan tidak ada, petani itu Cuma menyetor kakao ke kampung coklat, sana tidak memberi aturan, pokoknya nyetor hasil kakao kesitu ya diterima.. misalkan kita tidak punya uang setor satu kilo saja diterima..disitu itu enak gak seperti tempat lain harus ada aturanya]

Sebenarnya aturan dalam bentuk tertulis tidak dikeluarkan oleh objek wisata, bahkan mereka menyebutkan tidak ada aturan yang diterapkan. Akan tetapi bila dilihat dari informasi Bapak Mustafa aturan yang diterapkan yaitu mereka bebas menjual hasil kakao ke objek wisata dan juga ketika mereka menjual hasil ke wisata, petani bebas akan menjual berapapun akan diterima. Oleh karena itu modal sosial dalam bentuk norma diterapkan objek wisata saat bekerjasama dengan kelompok tani. Dengan adanya norma yang tidak mengikat maka juga memudahkan bagi pihak petani untuk bebas dari pihak wisata.

Berbagai sistem kerjasama yang dilakukan wisata kampung coklat merupakan salah satu pengaruh dari modal sosial. Aturan yang ada dalam modal sosial dapat digunakan mempererat jaringan, kini dimanfaatkan Wisata Kampung Coklat untuk mengikat para jaringan tersebut. Ketika melakukan kerjasama

dengan kelompok petani menerapkan norma, kini ketika dia kerjasama dengan mitra usaha juga sama-sama menerapkan norma yang harus dipatuhi.

“untuk yang lainnya seperti parkir dan sebagainya itu pada MoU, *pakek Mou semuanya,,MoU nya buanyak aaa pomo dikumpulin iku kiro-kiro kui diadahi lemari iku gak cukup*,jadi orang-orang yang ada disini ada MoU nya, Cuma beda-beda *gak MoU copy paste ngono enggak*, masing masing itu beda kerjasamanya, *contone MoU ne bakul aa mie coklat karo rujak juga gak sama,,sampek detail termasuk tentang harga*, apabila ada komplain, *ukurane sepiro,,*dan ini kita berempat ini selalu komunikasi atau evaluasi,,di sidang satu-satu gitu kalau ada kendala apa kita bahas *bareng-bareng..* intinya ada tapi untuk petani justru untuk menjaga hubungan agar tidak saling menuduh kita menghindari itu (hasil wawancara dengan Bapak Mustafa pada hari Kamis 5 Januari 2017 jam 16.30 wib)”

[untuk yang lain seperti parkir dan sebagainya itu ada normanya, pakai norma semua, normanya banyak sekali, jadi orang-orang yang ada disini semua ada normanya Cuma berbeda-beda, masing-masing kerjasama beda norma, misalnya norma penjual mie dengan rujak tidak sama, termasuk tentang harga, ukuran, dan kita berempat ini selalu komunikasi, disidang-satu-satu misal ada kendala, tapi sama petani tidak ada norma kita justru menjaga hubungan agar tidak saling menuduh]

Adanya aturan yang diberikan pihak wisata kepada UKM merupakan sesuatu yang memiliki tujuan tersendiri. Aturan ini diberikan supaya usaha mereka tidak memiliki kesamaan antara satu dengan yang lain. Tujuannya sendiri juga untuk meminimalisir terjadinya kecerobohan bagi UKM. Misalnya saat sudah ada aturan tentang harga yang diterapkan maka dia tidak boleh keluar dari yang sudah ditentukan. Dalam membuat aturan tidak hanya dilakukan oleh pihak dari kampung coklat saja, tetapi dari pihak kampung coklat memberi kesempatan bagi UKM untuk membuat aturannya yang kemudian nanti aturan itu dikoreksi oleh kampung coklat. Saat aturan dirasa sesuai dan bersahabat maka aturan itu siap untuk dijalankan.

Sesuai kerjasama yang dijalankan pihak kampung coklat dengan UKM, pihak UKM pun tidak terikat kuat dengan pihak wisata, norma yang ada hanya

sebagai acuan kerjasama mereka. Pihak wisata juga memberi kemudahan bahwa UKM bisa kerjasama bila produk yang dimiliki sesuai yang diharapkan.

*“Opo yaa..pokok barange apik enak yo diterimaa..lek masalah harga iku aku sing menentukan misal teko aku 5000 kono iso jual 8000,,ya itu taa yang di utamakan tetangganya..sopo sing kreatif gawe jajan ayo meluu tapi lek wes ra gelem yoo teko deso liyo oleh mlebu”* (hasil wawancara dengan Marwiyah hari Kamis 1 Juni 2017 jam 10.00 wib).

[Apa yaa,,pokok barangnya bagus, enak ya diterima, kalau masalah harga saya yang menentukan misalnya dari saya 5000 sana bisa jual 8000 itu yang diutamakan tetangganya, siapa yang kreatif buat jajan ayo gabung tapi kalau sudah tidak mau ya dari desa lain bisa masuk]

Norma yang dibuat antara kedua belah pihak merupakan norma yang dapat memberikan manfaat diantara keduanya. Sebenarnya norma yang berlaku dalam organisasi ini bentuk dari ajakan pihak wisata kepada warga untuk gabung dalam wisata. Norma ini berupa siapa saja yang memiliki kreatifitas dalam bidangnya boleh melakukan kerjasama dengan wisata. Bidang yang dimaksud ini adalah masalah produk, ketika produk mereka memiliki keunggulan dan keunikan silahkan kerjasama dengan wisata.

Munculnya norma yang mengatur dalam suatu organisasi saat bekerjasama maka norma itu harus dijalankan bersama. Dalam modal sosial sendiri telah dijelaskan bahwa selama ada norma yang berlaku maka sebaiknya norma itu dijalankan bersama tanpa ada salah satu pihak yang dirugikan. Sehingga norma ada untuk menguntungkan satu sama lain dan sebagai dasar dari ketertiban.

Adanya norma yang berlaku dalam organisasi maka ketika ada yang melanggar akan mendapatkan sanksi. Sanksi yang diberikan dapat secara tertulis maupun tidak tertulis. Begitu pula dengan membuat norma, ada yang tertulis dan juga tidak tertulis.

Norma yang telah disepakati bersama dalam kerjasama antara pihak wisata dengan organisasi wajib hukumnya bagi kedua belah pihak untuk mematuhi.

Jika salah satu ada yang melanggar akan dikenakan sanksi.

“Iyano, harus tegas no langsung pinalti, tapi mesti ada peringatan dan segala macam, misalkan beberapa yang lalu ada miss mengenai produk tertentu artinya ada hubungannya dengan kita tapi ini udah tidak bisa diarahkan lagi, tp protek sendiri itu kita harus mengikuti bahwa kita memang kalah satu poin ini gpp kalau saya amputasi 200 aja gpp kalau bicara woo ini produknya gak bisa seratus persen karena 99% masih absolut, jadi meyakinkan pada kelompok kita juga sulit, menyakinkan menjadi 100% sulit ya oke, diamini.. semua mengamini ya oke tapi kalau kita mendapatkan nilai 99% sesuatu yang absolut karena suatu tindakan kita hitam, harus dikasih seperti itu.. bisa nyenangin semua orang itu prinsipnya,,oke” (hasil wawancara dengan bapak Bahrowi hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 12.20 wib)

Norma yang dibuat dan disepakati bersama baik tertulis maupun tidak tertulis wajib hukumnya untuk dipatuhi. Siapa yang melanggar akan dikenakan sanksi, begitu pula dengan Wisata Edukasi Kampung Coklat. Saat wisata kampung coklat menetapkan norma bagi jejaringnya, sudah seharusnya norma itu dipatuhi. Dimanapun dan kapanpun ketika norma itu dilanggar maka mereka akan mendapatkan sanksi. Sanksi yang diberikan yaitu sanksi peringatan, kemudian jika sanksi dalam bentuk peringatan tidak membuat jera mereka dan tetap melanggar norma maka dia siap untuk di lepas dari kerjasama.

“Kalau itu ya..kaya rasane ini ngene..kok ngene..nah itu nanti ya disidang. Kan engko buat malu sana toh.. sini kan sudah nitip.. kalau sini gak jaga kualitas kan sana yang gaenak.. Yo nanti..satu-satu kedepan..sana kan udah punya daftar kebaikan atau kejelekan..lewat karyawan-karyawan. Misal ini brownies..ini kebersihannya kurang.. ada rambut, ada lalat. Engko jawabane opo..masuk akal opo enggak. Terus engko diarahkan..wingko yo ngunu..kok keras,,? Kok atos lha ini gak bisa jaga kualitas ini gimana? Ya dipanggil satu-satu. Lak udah bagus ya dipertahankan” (hasil wawancara dengan Ibu Sulis pada hari selasa tanggal 25 Juli 2017 jam 11.00 wib).

[kalau itu iya..kaya rasa begini..itu nanti ya di sidang. Nanti kan buat malu sana..sini kan sudah nitipkalau aku gak jaga kualitas disana kan juga tidak

enak..ya nanti satu-satu kedepan,,disana kan sudah ada daftar kebaikan dan kejelekan, lewat karyawan-karyawan. Misalnya ini brownis, ini kebersihanya kurang, ada rambut ada lalat, nanti jawabanya apa, masuk akal atau tidak, trus nanti diarahkan ..wingkonya keras? Kok keras ini tidak bisa jaga kualitas ini gimana? Ya dipanggil satu-satu, kalau sudah bagus ya dipertahankan]

Menyikapi pelanggaran norma yang dilakukan oleh mitra usaha, pihak wisata memberikan peringatan melalui lisan dengan mengadakan persidangan, persidangan dihadiri oleh semua mitra usaha, dan disaat musyawarah satu persatu dari mereka dipanggil untuk dimintai keterangan atas pelanggaran. Dalam tulisan Putnam (1993) yang mejelaskan bahwa norma yang telah disepakati bersama maka harus dipatuhi. Dengan ini norma yang di terapkan wisata dengan para mitra usaha telah dipatuhi bersama. Jika pihak wisata memberi aturan seperti produk yang mereka buat harus berkualitas, pihak mitra pun sudah berusaha menjalankanya. Jika terdapat yang melanggar pihak wisata masih tetap memberi kesempatan untuk memperbaiki diri, akan tetapi jika beberapa kali melanggar kerjasama yang dia jalin akan diputus. Dari peristiwa ini norma sangatlah penting dibentuk untuk memperkuat hubungan kerjasama.

Modal sosial merupakan sesuatu yang wajib dimiliki oleh seseorang, setelah dia memiliki modal sosial mereka akan lebih mudah dalam menjalankan kehidupan. Salah satu indikator dalam modal sosial yaitu norma, siapa saja yang menjalankan norma, dia akan mudah dalam menjalankan urusan. Tetapi saat norma itu dilanggar maka dia akan kesusahan untuk bangkit kembali. Salah satu indikator ini juga dijalankan dalam Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam menjalin hubungan kerjasama. Sebenarnya norma sendiri akan mudah dijalankan jika kedua belah pihak saling mengerti dan saling memberi keuntungan. Tetapi norma tidak sepenuhnya menjadi acuan dalam kerjasama.

## 5.2 Pemanfaatan Modal Sosial Dari Segi Pengelolaan

Pengelolaan identik dengan manajemen, manajemen merupakan usaha utama yang dilakukan oleh instansi untuk mencapai tujuan. Sementara pengelolaan sendiri merupakan proses pengintegrasian dan mengintegrasikan kegiatan-kegiatan kerja agar diselesaikan secara efisien dan efektif melalui orang lain (Andriyani, 2009). Oleh sebab itu dapat dipahami bahwa pengelolaan wisata adalah proses atau cara instansi mencari celah atau strategi untuk mengembangkan objek yang ditekuni untuk menarik perhatian wisatawan.

Pengelolaan kawasan wisata ditujukan untuk menjaga nilai kearifan objek wisata saat objek tersebut dikembangkan. Sarana akomodasi sumberdaya manusia, organisasi, produk jasa, kepemimpinan merupakan komponen utama dalam pengelolaan dan seyogyanya komponen itu dikembangkan secara hati-hati sesuai dengan nilai lokal. Tata nilai dan kearifan yang terlindungi akan menjadi sumber inspirasi dan rumusan *best practice* bagi terselenggaranya organisasi itu sendiri maupun distribusi manfaat (Nugroho, 2011 : 49). Saat mengelola wisata melihat nilai lokal dan kearifan sebuah objek wisata akan dimungkinkan wisata tersebut akan memiliki nilai jual yang berbeda dengan tempat wisata lain. Tetapi dalam mengelola wisata tidak akan selalu di tuntutan untuk mengelola secara nilai lokal, akan tetapi mengelola wisata dengan melihat kebutuhan masa depan.

Pengelolaan dalam objek wisata sebenarnya mengarah untuk meyakinkan secara baik mengenai pemanfaatan sumber-sumber pariwisata dengan mempertimbangkan nilai bobotnya pada jajaran persaingan yang dihadapi (Andriyani, 2009:21). Hal ini berarti bahwa dalam pengelolaan wisata tidak hanya menilai yang abstrak saja namun harus ada kegiatan evaluasi terhadap produk

wisata supaya dapat bersaing dengan yang lain. Dalam menjalankan pengelolaan sebuah wisata memerlukan perencanaan hingga tahap evaluasi, sehingga dalam pelaksanaannya tidak akan keluar dari koridor.

Pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Coklat merupakan pengelolaan yang melihat kebutuhan wisata masa depan, sehingga dia menciptakan sebuah tempat wisata edukasi. Wisata edukasi diciptakan karena dia ingin menawarkan ilmu tentang objek wisata yang ditawarkan.

“tentang edukasi itu luas sekali, bagaimana edukasi tentang teknis, pembuatan produk dan usaha yang sebagainya kita juga mengedukasi cara berfikir, terutama disitu cara berfikir atau kalau bahasa trendnya itu cara pandang, cara pandang berfikir salah satu pekerjaan dan bagaimana kita bahagia, mungkin kalau datang ke pondok itu mungkin edukasi keagamaan, kalau kita datang ketempat wisata ya edukasi tentang pencerahan ya bagaimana kita berfikir yang lain, artinya apa tempat wisata sekarang itu beralih dari hanya melihat bagaimana ini beralih mendapatkan ilmu baru dan keluhan dari kebiasaan sehari-hari” (hasil wawancara dengan Mustafa hari Kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 16.00 wib)

Wisata Edukasi Kampung Coklat sengaja membuat tempat wisata yang berbeda dari objek wisata lain. Yaitu menawarkan sebuah edukasi, alasan mengapa mengusung edukasi karena pihak wisata ingin memberikan pengetahuan kepada para wisatawan. Pengetahuan yang diberikan yaitu tentang bagaimana cara memproduksi coklat, pengetahuan tentang penanaman coklat, serta pengenalan objek yang ditawarkan wisata. Dengan mengelola wisata berbasis edukasi pihak wisata berharap bahwa setiap wisatawan yang telah datang akan bisa kembali lagi dengan tawaran yang baru. Berbagai strategi mereka lakukan untuk mengelola wisata supaya dapat menarik daya wisatawan yang semakin kuat.

Selama pengelolaan berlangsung wisata tersebut dikelola secara mandiri dan dibantu oleh segenap karyawan. Adanya karyawan wisata menjadikan

kemudahan bagi pemilik wisata untuk menjalankan pengelolaan, karena jika hanya dilakukan sendiri wisata ini perkembangannya tidak akan cepat. Karyawan wisata tidak hanya bertugas di internal saja, tetapi mereka juga bertugas untuk mengatur diluar wisata, seperti kegiatan parkir. Sejak berdirinya wisata parkir wisatawan ditangani oleh karyawan dan tanpa dipunggut biaya. Lokasi parkir berada di lahan wisata. Lama-kelamaan wisata mengalami peningkatan kunjungan wisatawan sehingga lahan parkir tidak cukup. Ketika lahan tidak cukup menampung parkir wisatawan, akhirnya wisatawan parkir disembarang tempat, yaitu mereka parkir dilahan warga. Saat dilahan wargapun mereka masih belum dipunggut biaya dan masih diarahkan oleh karyawan wisata.

Pengelolaan tempat parkir yang semakin sulit dalam mencari lahan di objek wisata, dan kunjungan wisatawan yang semakin banyak, akhirnya pihak wisata memberikan parkir ke warga sekitar wisata untuk dikelola. Hasil dari parkir yang dikelola warga akan dinikmati warga sendiri tanpa ada presentase ke wisata, hanya saja wisata memberikan himbauan bahwa sebagian kecil dari hasil mereka untuk disumbangkan ke mushola sebagai amal jariyah pembangunan.

“Parkir dulu dipegang *sana sendiri, tapi* lama-lama ya dikasih warga,,*soalnya dulu pernah penuh parkir nya gak cukup, waktu gak cukup itu ya yang parkir sembarangan diteras warga, akhire akeh warga sing komplain nak kampung coklat. suwi-suwe kampung coklat kan enggak enak akhire yo diserahkan ke warga, trus biyen iku gratis tapi pas diwehne warga ya warga munggot biaya gawe jogo parkir kui sampek sak iki sing ngelola parkir yo warga hasile ya dipek warga dewe tapi ko sing saloke diwehne langgar digawe bangun, langgar sebelah kampung coklat iku biyen lek mas, tapi suwi-suwi apik gara-gara oleh duit teko parkir iku”* (hasil wawancara dengan Ibu Marwiyah hari selasa tanggal 11 April 2017 jam 10.15 wib)

[ parkir dulu di pegang sana sendiri, tapi lama-lama ya dikasih warga, sebab dulu pernah penuh tidak cukup, waktu tidak cukup itu ya yang parkir sembarangan di teras warga, akhirnya banyak warga yang komplain ke kampung coklat, lama-lama kampung coklat tidak enak akhirnya

diserahkan ke warga, terus dulu itu gratis tapi saat dikasih warga ya warga minta biaya buat jaga parkir samapi sekarang yang mengelola parkir warga hasilnya ya di minta warga sendiri tapi nanti yang lainya dikasih mushola buat bangun, mushola sebelah kampung coklat itu dulunya jelek, tapi lama-lama bagus akibat dari uang parkir itu]

Mengelola tempat parkir di objek wisata memang tidak mudah, adakalanya muncul konflik yang tidak di inginkan. Pihak satu dengan pihak yang lain saling mencari keuntungan sendiri. Saat wisata kampung coklat tidak bisa mengkondisikan lahan parkir yang luas bagi wisatawan mereka mengajak warga untuk ikut mengelola parkir. Putnam (1993) menjelaskan bahwa kerjasama dibentuk untuk meringankan beban dalam mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini Wisata Kampung Coklat membangun kerjasama dengan warga, kerjasama ini berupa tentang pengelolaan parkir. Saat kerjasama berlangsung warga yang bergabung dalam pengolahan parkir membuat sebuah paguyuban yang nantinya paguyuban ini yang akan berhubungan langsung dengan pihak wisata. Selama pengelolaan berlangsung pihak wisata juga memberikan kepercayaan yang penuh kepada paguyuban tersebut untuk melakukan pengelolaan dan menjaga hubungan.

Pengelolaan parkir yang dilakukan warga mendapat respon yang baik dari pihak wisata. Dari perkembangan wisata yang semakin baik, pihak wisata mencoba memperbaiki sistem parkir yang dilakukan warga, sebelumnya parkir hanya dikasih karcis buatan warga sehingga parkir ini tidak resmi. Untuk menghindari parkir liar pihak wisata mencoba menghubungkan hak kelola parkir bekerjasama dengan Pemda.

*"Anu tas dilumpokne ngono arep dijalog pemda..tapi aku gak paham mboh...sing moro yo wong-wong parkir ngono kui ..lalek dijalog pemda wongyo parkir ki yo angel lo opo rumangsane parkir ki penak..gek e mek diharga 5 ribu karo pemda gak oleh punjol..masyarakatate resah iki la kan kono ngewei rego mas,,lakan nak kono-kono 10..la kene panggah kon 5rb masio tahun baru masio hari biasa kon 5 rb pancene wes ket biyen lek*

*ngomongi yo ngono trus akhire wong-wong i gak manut ngono lo trus jarene ngono aep dijalog pemda diharga 5 ribu trus karcise jumok nak pemda kono wes enek tulisane 5 rb koyo wisata-wisata liyo..lek gak gelem kui dianggep parkir liar ..trus akhire pye aku gak paham”* (hasil wawancara dengan Ibu Jumasri hari kamis tanggal 4 Mei 2017 jam 11.15 wib).

[Habis dikumpulkan pemda katanya mau diambil pemda, saya juga tidak paham, yang datang ya orang-orang parkir itu, kalau diminta pemda parkir itu juga sulit, apa parkir itu mudah, terus sama pemda cua diharga 5000 tidak boleh lebih, masyarakatnya resah sekarang ini suruh menentukan harga, kalau dimana-mana 10 ribu, terus disini disuruh tetap 5 ribu, walaupun tahun baru ya tetap 5 ribu, sebenarnya dari dulu sudah disuruh 5 ribu tapi orang-orang tidak nurut, trus katanya mau diminta pemda di harga 5 ribu terus karcisnya ambil di pemda sudah ada tulisanya 5 ribu seperti wisata lain, kalau tidak mau dianggap parkir liar, terus akhirnya gimana itu saya tidak paham]

Menghindari munculnya parkir liar yang ada di Wisata Edukasi Kampung

Coklat menjadikan opsi bagi pihak wisata untuk ikut dalam hak kelola. Pihak wisata mencoba kerjasama dengan pemda untuk mengatur parkir, tetapi parkir tetap di kasih ke warga, hanya saja pemda memberikan fasilitas ke warga berupa karcis, supaya parkir ini tidak liar. Masalah hasil tetap, pihak wisata tidak meminta, hanya saja warga di kasih pilihan untuk membeli karcis di pemda.

Menjalin hubungan dengan paguyuban parkir akan membuat pengelolaan wisata semakin mudah, dan dalam menjalin hubungan dia juga telah memberi kepercayaan, dalam modal sosial sendiri kerjasama akan lebih mudah berjalan jika didalamnya terdapat sebuah norma (Putnam, 1993). Hubungan yang dilakukan wisata dengan paguyuban parkir menciptakan sebuah norma yaitu bahwa bagi paguyuban yang mengurus parkir harus menjalin hubungan dengan pemda, artinya saat mereka menjalin hubungan parkir yang ada di wisata tersebut tidak ilegal. Norma juga muncul bahwa sebagian dari hasil parkir untuk di serahkan ke masjid setempat di gunakan untuk pembangunan.

Pengelolaan wisata tidak hanya berputar di masalah parkir, tetapi pengelolaan juga berlangsung di objek wisata yang ditawarkan. Objek wisata yang di tawarkan kampung coklat memiliki perbedaan dengan objek wisata yang lain. Bilamana wisata lain menawarkan objek wisata berwahana umum kini kampung coklat menawarkan wahana wisata berbasis edukasi. Pengelolaan wahana edukasi tidak hanya dilakukan dengan sembarangan, melainkan mereka mengelola dengan penuh hati-hati. Mereka berusaha mengelola sebaik mungkin supaya wisata ini tetap diminati wisatawan dan semakin dikenal.

Objek wisata yang ada di Wisata Edukasi Kampung Coklat di kelola sendiri oleh pemilik serta karyawan. Dalam mengelola objek wisata mereka memiliki cara yang khusus, misalnya pengelolaan tempat packing. Tempat ini di desain semenarik mungkin supaya bisa dinikmati oleh para wisatawan. Tempat packing pun dibuat transparan, sehingga wisatawan bisa melihat dari luar.

*“kalau masalah logo Pak Mustafa pokok iki sing ngurus ngeneiki mek aku karo pak kolid tok, ini yang desain bangunan-bangunan kampung coklat ini pak kolid sendiri, misale itu tempat packing sing padang iku, itu memang kita buat seperti itu transparan biar bisa dilihat dari luar gak usah masuk, kita kasih lampu dinama-mana biar terang enak disawang, desain itu ya mahal loo Pak Mustafa saja sampai keluar negeri untuk cari desain tapi tidak beli, Pak Mustafa jalan-jalan ke Singapura misale, ndek kono ndelok-ndelok bangunan apik ko pas teko omah diplikasikan, kabeh bangunan iku ngono iku rul”* (hasil wawancara dengan Bapak Bahrowi hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 11.30 wib).

[kalau masalah logo Pak Mustafa, pokok yang mengurus ini Cuma saya dan pak kolid, misalnya tempat packing yang terang itu, itu memang kita buat transparan supaya bisa dilihat dari luar tidak perlu masuk, kita beri lampu dimana-mana biar terang enak di pandang, desain ini ya mahal Pak Mustafa saja sampai keluar negeri untuk mencari desain tapi tidak beli. Misalnya Pak Mustafa jalan-jalan kesingapura, disana melihat bebagai bangunan yang bagus nanti waktu pulang bisa diaplikasikan di rumah]

Bangunan yang mereka buat tidak hanya bisa di akses oleh pengelola ataupun karyawan saja, tetapi wisatawan juga bisa menikmati ruangan yang mereka

sediakan tanpa masuk. Walaupun wisata ini berbasis bisnis, tetapi wisata ini menawarkan hal yang berbeda seperti bisnis lain. Jika bisnis lain memiliki ruangan tertutup yang bisa diakses orang-orang tertentu, wisata ini menawarkan ruang transparan yang bisa dilihat oleh wisatawan. Wisatawan bisa melihat aktifitas yang ada didalam ruangan layaknya seperti ruang *packing*, *cooking class*, serta produksi. Tata kelola objek wisata kampung coklat sudah memiliki inovasi lain yang di ambil dari luar negeri. Bentuk bangunan yang mereka dirikan tidak dari hasil pembelian desain melainkan mereka mengambil referensi dari luar saat melakukan tour seperti apa yang dilakukan Bapak Mustafa.

Jual beli biji kakao yang mengalami peningkatan besar, menjadikan opsi bagi pemilik untuk berinovasi mengolah biji kakao menjadi beraneka macam coklat. Biji kakao yang berasal dari bisnis jual beli, membuat wisata mencoba untuk melakukan pengolahan beraneka macam coklat. Dalam pengolahan berlangsung wisata kampung coklat juga membangun jaringan dengan seorang saintis dari surabaya.

“Bergabungnya Pak Bahrowi beliauah yang menjadi apa, yang membidangi produk coklat ditempat ini, jadi dari budidaya, jadi petani, kemudian treding dagang, kemudian 2013 kita bikin coklat beda ya untuk chef jadi beliau lebih ke saintisnya, kalau diperusahaan itu analis, beliau yang mengkombinasikan layak iccb, kemudian layak untuk diekspor, kemudian di tahun 2014 kita membuat wisata edukasi, ini juga sebagai upaya agar proses jual beli coklatnya itu lebih mudah, artinya pembelinya yang biasanya barangnya kita antar tapi undang untuk datang kesini, ini yang terjadi sekarang, produk kita idak dijual keluar tp orang-orang datang untuk beli coklat” (hasil wawancara dengan Bapak Aksin hari kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 16.00 wib)

Bergabungnya seorang saintis tersebut memudahkan Wisata Kampung Coklat untuk melakukan pengolahan produk. Hubungan kerjasama yang mereka bangun membuat wisata ini lebih berkembang, bilamana wisata sebelumnya tidak

memiliki inovasi produk kini dia memiliki beragam inovasi produk coklat.

Menggunakan bahan sendiri yang tidak cukup, Wisata Kampung Coklat mencari terobosan lain untuk membuka jaringan yang luas, yaitu menjalin jaringan dengan Negara Malaysia, Igana dan Brazil. Hubungan kerjasama yang mereka lakukan yaitu tentang pengambilan bahan coklat seperti bubuk coklat, susu, dan gula.

Menurut informan Bapak Bahrowi, alasan membangun jaringan dengan mereka adalah karena bahan mereka memiliki kualitas yang bagus dan dapat bersaing dipasaran.

Membangun sebuah jaringan dengan negara luar merupakan suatu yang tidak mudah, dengan ketidak mudahan ini objek wisata tersebut berupaya untuk mencari link. Menurut informan Bapak Bahrowi bahwa objek wisata ini sudah memiliki link untuk jangkauan keluar sehingga mempermudah mereka untuk menembus pasar luar. Dalam modal sosial menjalin hubungan kerjasama dengan pihak yang lebih longgar merupakan sebuah hubungan *bridging*. Dengan memanfaatkan langkah ini pengolahan produk wisata yang mengambil sebagian bahan dari luar akan mendapatkan hasil lebih bagus dan saat nilai produk wisata tinggi maka wisata ini akan lebih cepat berkembang.

Dalam menjalankan pengelolaan wisata, Wisata Edukasi kampung Coklat ini didukung oleh beberapa kelompok yakni kelompok UKM dan kelompok petani. Para kelompok UKM bergabung dengan wisata merupakan ajakan dari pihak wisata. Siapa saja yang memiliki produk hasil olahan ukm bisa bergabung dengan wisata. Pihak wisata berusaha untuk membuka jaringan yang lebih luas sebagai pendukung pengolahan Wisata Kampung Coklat.

Berjejaring dengan kelompok tersebut membuat Wisata Edukasi Kampung Coklat semakin maju. Dia juga menciptakan sebuah kepercayaan bagi para kelompok tersebut, kepercayaan ini dimanfaatkan untuk menjaga hubungan mereka, menurut informan Bapak Bahrowi langkah dalam membangun kepercayaan ini adalah dengan menciptakan suatu tempat diskusi, diskusi ini sering mereka lakukan guna membahas tentang hubungan kerjasama, didalam diskusi juga saling melakukan interaksi atau pendekatan antar anggota.

Pemanfaatan modal sosial dalam bentuk jaringan dan kepercayaan yang dia bangun juga menciptakan sebuah norma yang mana norma ini mengatur hubungan mereka.

Norma yang mereka bangun merupakan suatu norma yang tidak tertulis, norma yang mereka bangun hanya sebatas peringatan. Peringatan ini sering kali mereka lakukan setiap kali kelompok UKM saat melakukan transaksi didalamnya.

Transaksi ini adalah menyeter hasil produk mereka ke dalam objek wisata. Dalam menyeter produk mereka juga dibatasi artinya jika permintaan wisatawan banyak maka setiap ukm juga siap untuk memberi stok wisata dengan jumlah banyak.

Wisata Edukasi Kampung Coklat yang berdiri sejak tahun 2013 telah mengelola wisata dalam tahap internal saja, mereka masih berusaha menjadikan tempat wisata yang lebih baik hingga diminati wisatawan seluruh mancanegara.

“Kalau 5 tahun pertama kita masih diinternal, kita umurnya masih 3,5 tahun, jadi setelah menginjak 5 tahun kita wacanakan untuk ekspan diluar”  
(Hasil wawancara bersama Bapak Bahrowi rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Perencanaan dalam pengelolaan wisata, pihak pengelola sudah merencanakan untuk pengembangan wisata secara luas. Tetapi selama 3,5 tahun ini mereka masih berusaha dalam tahap internal. Setelah berjalan 5 tahun pertama

mereka berusaha untuk memperluas cakupan, terutama dalam menawarkan objek wisata yang sudah ada. Bahkan untuk mendesain tempat wisata tersebut mereka sudah memiliki desain yang berbeda dari yang lain.

Rencana pengelolaan 5 tahun pertama sejak berdirinya objek wisata sudah dibuat dan siap untuk dilaksanakan. Berbagai rencana mereka buat untuk menjadikan taraf wisata lebih baik. Penyusunan rencana pengelolaan dilakukan sendiri oleh pengurus inti dari kampung coklat. Pengurus inti dapat dilihat pada susunan organisasi hal 61.

“Oo ya sudah itu,, misalnya kaya bikin home stay, trus ee pasar murah, trus ee unsur religi,,kita akan membikin mushola yang akan lebih besar lagi, terus sabtu pagi kita ada pengajian naa itu akan lebih besar lagi, terus lagi faktor CSR juga diperbesar, CSR kita kan ada dua ya...yang paling utama itu ada di lembaga pendidikan lukmanul hakim, sama pondok pesantren hafalan alquran, sama SMPI aahh lupa namanya apa” (hasil wawancara dengan Bapak Bahrowi pada hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Perencanaan yang sudah dibuat sampai saat ini yaitu pembangunan tempat wisata hingga memperluas CSR (*corporate social responsibility*). Walaupun sebagai tempat wisata, pihak pengelola berusaha menerapkan CSR, supaya pihak luar bisa menikmati hasil wisata. CSR disalurkan dalam bentuk materi dan non materi, bentuk materi diberikan berupa donatur, sedangkan non materi diberikan dalam bentuk unsur religi.

Pembangunan tempat wisata tidak lepas dari kemudahan dan kesulitan. Kemudahan didapat saat mengelola melakukan kerjasama dengan organisasi lain. Tetapi kesulitan akan dialami jika pihak pengelola menutup diri tanpa meminta bantuan orang lain. Dalam modal sosial telah disebutkan bahwa jika seorang kelompok/individu ingin memperingan urusan pekerjaan maka dibutuhkan kerjasama dengan pihak lain yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan

secara cepat dan efisien. Untuk itu dalam menjalankan pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Coklat membangun hubungan jaringan dengan paguyuban parkir, mitra usaha/UKM dan juga petani kakao. Kendala yang muncul selama wisata berdiri yaitu masalah daya tampung.

“Ehmm,,apa ya kendalanya,,gini aja kendalanya adalah menyesuaikan antara luasnya lahan dengan populasi orang yang berkunjung,,itu aja,,kalau nanti di aplikasi dengan tingkat kepuasan pelanggan jangan,,itu nanti dulu masih jauh,,yang paling utama daya tampung,,banyak kendala ini kalau ditanya tempat ini memadai apa enggak, kita jawab memadai karena apa, jikalau itu sebagai bentuk mopingnya keadaan atau mopingnya iklan itu gak sampai sekian lama, kita semakin lama pengunjungnya gak karuan minggu kemarin gak karu-karuan na kita yang menjadi krusialnya apa menyesuaikan luas lahan dengan populasi orang yang masuk, atau bahasa mudahnya daya tampung”(hasil wawancara dengan Bahrowi pada hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Kendala yang dialami sampai saat ini yaitu masalah daya tampung, walaupun tempat wisata sudah mencapai 2,5 Ha tetap saja daya tampung masih belum cukup, apalagi pada waktu liburan. Banyak wisatawan yang datang ketempat ini karena mereka ingin tahu bagaimana wisata ini menerapkan edukasi.

### **5.3 Pemanfaatan Modal Sosial Dari Segi Pengembangan**

Pengembangan objek wisata merupakan suatu usaha untuk memajukan wisata agar objek wisata tersebut lebih menarik ditinjau dari segi tempat ataupun benda-benda didalamnya supaya dapat menarik perhatian wisatawan (Barreto & Giantari 2015:783). Alasan melakukan pengembangan objek wisata dalam skala daerah adalah berkaitan erat dengan perekonomian. Jika tempat wisata dikembangkan dengan lebih baik maka banyak wisatawan yang berminat dan daerah sekitar wisata juga dapat menikmati hasil dari keberadaan wisata. Misalnya daerah sekitar wisata dapat bekerjasama dengan pihak wisata dalam menyediakan fasilitas, jasa, bagi wisatawan. Dari penyediaan fasilitas hingga menjadi pramuwisata secara langsung mereka akan mendapatkan ekonomi tambahan.

Pengembangan objek wisata berkaitan erat dengan pembangunan fisik maupun non fisik. Pembangunan fisik dapat dilaksanakan berupa pembangunan material objek wisata sedangkan pembangunan non fisik dapat dilaksanakan berupa membangun SDM yang melakukan pengembangan wisata. Dalam mengembangkan objek wisata tidak serta merta melihat kebutuhan wisatawan saat ini, melainkan melihat kebutuhan jangka panjang. Menjalankan proses pengembangan wisata akan membutuhkan beberapa organisasi yang bisa membantu pelaksanaan program. Program tidak akan berjalan secara baik jika hanya dilakukan secara mandiri.

Tahap pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Coklat yang masih berkecimpung di internal menjadikan pihak pengelola untuk mengembangkan wisata secara luas. Sampai saat ini wisata tersebut telah banyak diminati banyak wisatawan, hingga saat pengembangan dilakukan maka minat wisatawan terhadap objek tersebut semakin banyak. Semakin banyaknya wisatawan yang datang membuat daya tampung wisata jadi kurang saat hari libur tiba. Untuk mengatasi masalah ini pihak wisata berusaha untuk mengembangkan lahan wisata menjadi lebih luas. Awal mula berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat luas lahan yang digunakan wisata seluas 720 m<sup>2</sup>, tetapi saat ini luas lahan wisata mencapai 2,5 H.

Tanah yang pertama kita tempati wisata Cuma 720 m<sup>2</sup> itu pun dibagi-bagi, kamu tahu galeri yang didepan itu bekas rumah Pak Mustafa sendiri ya campur kandang ayam *hehehe,,terus belakange ditanduri kakao itu alhamdulillah sampai sekarang masih ada, seperti itu saja wes seneng aku,,terus waktu liburan yang wisata kesini kok tambah banyak akhire tempate tidak cukup, wes gak cukup terus ra ndue duet wes binggung pye carane ben sing wisata mreng iso mlebu kabeh nak jero, akhire aku mikir pye yo iki ben nak jero ora desel-deselan,,di sekitar sini kan tanah masih kosong terus aku mikir opo tak sewo ae gawe bangun,,lek masalah sewa menyewa iki pak takim rajane,,ko takono pye carane,,akhire lahan-lahan*

itu tak sewa terus sebagian ya tak beli *sampek iso ombo ikii,,sesok lek wes ombo ngene gak cukup yo mboh sok pye neh* (hasil wawancara dengan Bapak Mustafa hari hari kamis tanggal 5 Januari 2017 jam 16.00 wib)

[tanah yang pertama kita tempatiwisata Cuma 720 m<sup>2</sup> itu pun dibagi-bagi, kamu tahu galeri yang didepan itu bekas rumah Pak Mustafa sendiri yang campur dengan kandang ayam, kemudian belakangnya ditanami kakao itu alhamdulillah sampai sekarang masih ada seperti itu saya sudah seneng, kemudian waktu liburan yang kesini tambah banyak akhirnya tempat tidak memadai, sudah tidak memadai dan juga tidak punya uang terus bagaimana, akhirnya saya berfikir bagaimana caranya didalam tidak sesak, disekitar sini kan tanah masih kosong terus saya berfikir untuk sewa, kalau masalah sewa menyewa ini pak takim rajanya, akhirnya lahan yang kosong itu saya sewa dan sebageian ada yang dibeli, besok kalau sudah lebar tetap saja tidak cukup tidak tahu lagi bagaimana]

Berdirinya Wisata Edukasi Kampung Coklat yang semakin banyak diminati oleh wisatawan, menjadikan wisata ini mengalami kekurangan daya tampung apalagi di saat musim liburan. Luas lahan untuk objek wisata yang sebesar 720 M<sup>2</sup> kurang memadai untuk pengembangan wisata yang luas. Adanya permasalahan lahan menjadikan pihak wisata mencari strategi untuk memperluas lahan, cara yang mereka gunakan yaitu dengan cara menyewa lahan kosong sekitar wisata serta ada yang dibeli. Saat proses ini sudah dilaksanakan pembangunan tempat wisata bisa dilakukan dan menjadikan daya tampung wisata semakin luas.

Pengembangan wisata dalam bentuk perluasan lahan ini dilakukan secara bertahap, artinya untuk proses perluasan lahan tidak semata langsung mengambil semua lahan yang ada disekitar wisata, melainkan melalui negosiasi kepada pemilik. Untuk pertama kali menyewa lahan untuk perluasan wisata mereka menyewa lahan yang paling dekat dengan objek wisata pertama berdiri. Seiring dengan perkembangan waktu proses persewaan hingga jual beli tanah terjadi hingga sampai saat ini luas lahan yang digunakan wisata sudah mencapai 2,5 H.

Pengembangan daya tampung wisata yang sudah dilaksanakan, pihak wisata juga mulai mengembangkan produk mereka. Jika produk mereka yang pertama diproduksi hanya beraneka macam coklat kini Wisata Edukasi Kampung Coklat juga mengembangkan coklat menjadi olahan lain, seperti semua bentuk makanan turunan coklat.

“Kita awalnya ya Cuma buat coklat seperti yang kecil-kecil itu, biar ada aneka bentuk lain kahire pk imam ini gawe coklat aneka rasa, rasa crispy, dark 90%, 100%. 60%. Dan rasa-rasa lain, selain itu kita juga mendorong para mitra untuk membuat produk berbahan coklat, mereka kita dorong untuk membuat produk olahan turunan coklat, ada pisang coklat, dodol coklat, brownis dll, itulah produk-produk yang kemudian dibuat oleh tadinya petani, ada juga yang kolega, kemitraan yang kita lakukan sistemnya konsinasi, jadi mereka produksi sebagian bahan di ambil dari sini karena notisnya coklat, dan dijual dengan kondisi siap untuk di display siap dijual, kemudian kita jual disini, sistem hasil itu yang terjadi, buanyak produk, hampir semua produk yang ada digaleri itu produk dari luar, dari mitra itu tadi” (hasil wawancara dengan Bapak Ahksin pada hari kamis tanggal 5 januari 2017 jam 15.00 wib)

Produk yang dimiliki Wisata Edukasi Kampung Coklat yang awalnya hanya berbentuk coklat biasa, kini produk wisata menjadi beraneka ragam. Keragaman ini seperti mereka membuat produk makanan berbasis coklat, misalnya mie coklat, pisang coklat dan lain sebagainya. Semakin banyaknya wisatawan yang berminat atas produknya, pihak wisata juga berusaha mengembangkan produk mereka menjadi yang lebih baik hingga jadi produk unggulan. Dalam mengembangkan produk ini tidak hanya dikerjakan oleh pengelola internal saja, melainkan mereka juga mengajak para mitra usaha bahkan petani untuk membuat produk berbahan coklat untuk dipasarkan di wisata.

Pengembangan produk yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Coklat memunculkan sebuah kerjasama antara pihak wisata dengan mitra usaha.

Munculnya kerjasama ini menjadikan pihak pengelola semakin mudah untuk

mengembangkan wisata menjadi lebih baik. Dalam modal sosial di jelaskan bahwa ketika menjalankan suatu usaha akan mudah dan cepat di capai jika ada hubungan kerjasama. Untuk itu wisata ini mengajak para mitra usaha untuk bergabung dalam menjalankan pengembangan wisata. Hubungan kerjasama mereka di dasarkan pada pemanfaatan satu sama lain, artinya pihak wisata akan mendapatkan produk dari mereka untuk pengembangan produk serta objek wisata dan pihak mitra akan mendapatkan sebuah bahan untuk produksi.

Selama mereka menjalin hubungan ada sebuah keterikatan diantara kedua belah pihak, jika wisata ini membutuhkan barang yang banyak maka pihak mitra juga harus siap melayani, hal ini disebut juga sebagai norma. Jaringan yang sudah dibentuk akan lebih erat dalam menjalankan hubungan jika didalamnya ada sebuah norma maka dari itu pihak wisata dan juga mitra usaha menciptakan sebuah norma yang harus di taati bersama. Menjaln sebuah jaringan merupakan suatu yang tidak mudah, adakalanya satu sama yang lain tidak saling percaya, untuk itu dalam membuka jaringan dengan mitra usaha mereka menawarkan dengan suatu yang mudah, jika para mitra yang sudah bergabung tidak memiliki inovasi dalam proses pembuatan produk, pihak wisata berusaha menciptakan pelatihan bersama. Menurut informan Ibu Sulis pelatihan ini biasanya dilakukan dengan badan BPOM yang diselenggarakan secara gratis. Dalam pelatihan juga ini merupakan suatu bentuk pengakraban antara sesama anggota dan pihak wisata untuk mempererat hubungan.

Dalam mengembangkan objek Wisata Kampung Coklat, dia juga berusaha untuk menjalin hubungan dengan lembaga lain yang statusnya lebih tinggi atau disebut dengan jaringan bridging. Putnam menjelaskan, modal sosial memiliki

dua bentuk jaringan yaitu *bonding* dan *bridging*. *Bonding* merupakan ikatan dengan orang dalam situasi yang sama, sedangkan *bridging* merupakan ikatan yang lebih longgar. Dalam menjalankan pengembangan ini Wisata Edukasi Kampung Coklat juga menerapkan jaringan tersebut. Perluasan jaringan dalam bentuk *bridging* ini adalah mengikat hubungan kerjasama dengan dinas pariwisata.

“Sebenarnya begini kita progresnya ada, gini caranya satu kita mendapatkan sertifikat untuk beberapa macam produk dari dinas pariwisata tentang gaet wisata nasional lewat aci dewi, terus untuk kemampuan individual kita mengirimkan beberapa anak untuk pelatihan,,bagaimana sdm disini bisa upgrade,,banyak cara kita ada waktu untuk keluar,, ada eksternal dan internal.internalnya aku yang bikin” selain itu dinas pariwisata juga memberi pengawasan kepada kita, ya kita harus dekati para dinas supaya apa biar wisata kita ini bisa semakin besar lewat bantuan mereka, tanpa dukungan mereka kita tidak akan berhasil loo (hasil wawancara dengan Bahrowi hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Berdirinya wisata baik wisata religi, alam, hingga budaya semua mendapatkan pengakuan dari dinas pariwisata. Dalam tahap pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat dinas pariwisata juga ikut dalam mengembangkan terutama dalam pengawasan. Selain dalam pengawasan dinas pariwisata juga berusaha memberikan sertifikat kepada kampung coklat yang bisa dimanfaatkan sebagai pengakuan objek wisata bertaraf nasional.

Menjalin ikatan dengan dinas pariwisata inilah bentuk pemanfaatan modal sosial dalam bentuk *bridging*. Dengan bekerjasama dengan dinas pariwisata juga dapat mempermudah bagi objek wisata tersebut untuk melakukan pengembangan.

Proses mengajak dinas ini merupakan suatu bentuk strategi yang berusaha digunakan objek wisata. Artinya ketika wisata ini tidak bisa berdiri sendiri mereka berusaha mencari bantuan pada kelompok lain, dan akhirnya strategi ini berhasil

mereka jalankan. Pada sebelumnya bahwa hubungan kerjasama dilakukan dalam tataran *bonding* yaitu dengan petani dan juga masyarakat dengan memanfaatkan jaringan *bridging* wisata ini lebih baik dalam perkembangannya. Jaringan *bridging* tidak hanya di lakukan dengan dinas pariwisata melainkan juga dengan dinas perkebunan.

Menjalin hubungan kerjasama dengan dinas perkebunan merupakan hal tersendiri yang dipilih oleh pihak wisata. Wisata Kampung Coklat mengajak dinas perkebunan untuk membantu dalam menjalankan pengembangan wisata, karena wisata ini berbasis tanaman kakao. Fungsi yang dilakukan dinas perkebunan dalam menjalin kerjasama dengan wisata kampung coklat adalah sebagai leader pengelolaan kakao, mulai dari tata cara menanam hingga pengolahan. Bila sebelumnya pengolahan kakao dilakukan sendiri akan memiliki inovasi yang lebih banyak saat mereka menjalin kerjasama. Mendatangkan dinas perkebunan tidak hanya sekedar orang yang mengarahkan pengolahan kakao. Tetapi dinas perkebunan juga diminta oleh pihak wisata untuk menjadi motivator para petani yang ikut dalam kerjasama dunia bisnis jual beli kakao.

*“Saking disbun (dinas perkebunan) disbun nate kaleh disbun jember puslit, yang memandu disana puslit sama disbun duduk ko pemerintah trus ko ngone gabungan coklat sedunia, sak iki sing dibina teko eksportir, ngone pak takim barang nandur, pusate nak ngone nlegok. Kene maleh ra patek ngurusi petani, maleh ngurusi usaha kuwi”* (hasil wawancara dengan Bapak MS pada hari minggu tanggal 7 Mei 2017 jam 16.20 wib)

[dari (disbun) dinas perkebunan, disbun pernah sama disbun puslit jember, yang memandu disana puslit sama disbun bukan dari pemerintah trus juga dari gabungan coklat sedunia, sekarang yang dibina dari eksportir, tempat pak takim juga menanam, pusatnya ada di Nlegok, sini malah tidak mengurus petani, yang diurusi usaha itu]

Awal mula kerjasama yang dilakukan kampung coklat dengan dinas perkebunan adalah untuk mengembangkan tempat wisata dan juga para petani

kakao. Petani kakao dibina dalam menjalankan usaha kakao. Pembinaan dilakukan sampai luar daerah yaitu Jember. Pembinaan ini dilakukan secara gratis, hasil dari pembinaan yang dilakukan dinas perkebunan yang menciptakan petani kakao handal. Dari keberhasilan petani khususnya dari Blitar, akhirnya mereka menyetor hasil ke kampung coklat dan ini dilakukan sampai sekarang hingga kampung coklat semakin berkembang.

Hubungan kerjasama yang dilakukan objek wisata dengan dinas perkebunan menciptakan hubungan yang erat, dalam menjalankan hubungan mereka saling dipertemukan satu sama lain untuk membahas perkembangan wisata dan juga pelatihan tanaman kakao. Masa pertemuan inilah yang dimanfaatkan wisata untuk saling memberi kepercayaan satu sama lain. Kepercayaan ini didasarkan atas keberhasilan mereka dalam memberi binaan tentang tanaman kakao dan juga pengolahan kakao. Semakin sering melakukan pertemuan antara kedua belah pihak maka kepercayaan akan semakin terbangun. Begitu juga yang dimaksud dalam modal sosial, saat kepercayaan diantara kedua belah pihak saling erat maka hubungan dalam kerjasama akan berjalan dengan lancar.

Pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat akan terus dilakukan sesuai dengan kebutuhan wisatawan jangka panjang beserta mengimbangi kemajuan zaman. Dari adanya jaringan yang mereka bangun mereka akan mempermudah mendapatkan informasi tentang kebutuhan wisatawan, baik melalui dinas pariwisata maupun langsung dari wisatawan.

“Mau mengimbangi saat waktu mau berjalan dan akan terus, besok kita akan berkembang lagi untuk besok dan terus begitu,,dan kita akan mencari informasi kebutuhan wisatawan melalui dispar ataupun langsung tanya orang-orang yang datang kesini...contonya gini contoh yang faktual ae

ehhmm...darul dulu menemui aku sebatas ruangan ini, karna ruanganku kadang-kadang disana karena perkembangan terus meluas makanya darul menemui aku sekarang disana,, mungkin tahun depan ketemu akau gak disana lagi,,ini sebagai jawaban realnya” (hasil wawancara dengan Bapak Bahrowi hari rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Kebutuhan wisatawan yang akan semakin meningkat dan untuk mengimbangi perkembangan zaman, mereka berusaha tetap menjalankan pengembangan wisata. Memanfaatkan jaringan yang sudah menjalin kerjasama akan lebih mudah untuk mencapai tujuan bersama. Informasi akan lebih mudah didapat melalui jaringan, dan jaringan ini semakin kuat bila didalamnya terdapat kepercayaan. Semakin membangun kepercayaan yang tinggi antara dua belah pihak proses pengembangan semakin mudah dilakukan.

Pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat yang semakin membaik dengan menjalin jaringan dengan kelompok tani, mitra usaha, dinas pariwisata dan juga dinas perkebunan, membuat objek wisata ini memperluas jaringan lagi hingga menembus organisasi pemerintah yaitu NGO CABI. Awal mula terbentuknya jaringan ini adalah saat Bapak Mustafa menjalani *study* di salah satu unit pelatihan kakao di Jember. Saat itu pelatihan juga dihadiri oleh organisasi tersebut, kemudian setelah pelatihan ini berakhir Mustafa mencoba menjalin kerjasama sendiri dengan organisasi tersebut. Organisasi ini berusaha diajak kerjasama dalam dunia bisnisnya yaitu jual beli kakao yang akhirnya organisasi non pemerintah ini mau bergabung. Pemanfaatan hubungan ini dilakukan untuk menaungi bisnis mereka baik bisnis jual beli kakao maupun bisnis wisata.

Jaringan yang dia bangun dengan NGO tersebut, merupakan suatu bentuk pemanfaatan modal sosial dalam *bridging* yaitu menjalin ikatan yang lebih longgar. Sampai saat ini kerjasama yang mereka jalin masih tetap berjalan dan

menghasilkan manfaat dalam pengembangan wisata. Bentuk aktivitas yang mereka jalankan selama kerjasama yaitu sebagai pengarah dalam membentuk produk wisata, pengembangan SDM, pelatihan tentang tanaman kakao, serta informasi perluasan pasar kakao. Satu hal yang sudah dijalankan yaitu tentang pengembangan SDM dan juga pelatihan tanaman kakao.

“Sementara ini kerja sama dibidang sdmnya, budidaya, penangan pasar panen...trus nanti insyaAllah akan didirikanya sekolah kakao mungkin kalau disetujui,,membuat prososal sekolah kakao yang ada dikampung coklat ..semoga disetujui” (Hasil wawancara bersama Bahrowi rabu tanggal 3 Mei 2017 jam 10.30 wib)

Kerjasama yang dilakukan antara wisata dengan NGO merupakan kerjasama di bidang SDM dan juga di bidang pasar panen. Dari kerjasama ini mereka berusaha mewujudkan wisata yang lebih besar, hingga menciptakan wacana *Go International*. Bentuk pengembangan SDM ini adalah memberi pelatihan terhadap para karyawan dan juga para kelompok petani kakao.

Mewujudkan wacana *Go International* tidak membutuhkan modal yang sedikit.

Selain memanfaatkan modal sosial, mereka juga harus mengimbangi modal finansial. Walaupun wisata ini milik pribadi, saat pengembangan berlangsung pasti membutuhkan modal finansial yang lebih banyak untuk itu ada beberapa orang yang menanam saham untuk membantunya.

“enggak, bikin pt sekarang,,itu punya pak kholid sendiri atau giama? Kalau pt ya ada yang nanam saham..dulunya ya join 3 orang, sekarang tambah besarkan didanai oleh puspaagro..puspa agro Sidoarjo..hasilnya itu dilempar kesana” (hasil wawancara dengan Bapak Eko hari minggu tanggal 7 Mei 2017 jam 16.30 wib)

[ tidak, sekarang bikin PT, itu miliknya Pak Kholid sendiri atau gimana... kalau PT ya ada yang menanam saham,,dulunya juga gabungan 3 orang ..sekarang tambah besar didanai oleh puspa agro.puspa agro sidoarjo..hasilnya dibawa kesana]

Wisata Edukasi Kampung Coklat yang semula berbadan hukum CV, kini dengan perkembangan yang semakin besar akhirnya membentuk sebuah PT. Dalam hal kepemilikan wisata ini dimiliki seorang saja. Tetapi teman yang lainya juga masih berada didalam hanya saja mereka membantu dalam modal. Selama proses pengembangan berlangsung tidak hanya modal sosial yang berjalan tetapi juga modal finansial. Modal ini berasal dari salah satu organisasi di Sidoarjo yang ikut membantu mengembangkan wisata dan juga dari teman-temanya yang ikut merintis wisata.

Pengembangan Wisata Kampung Coklat ini akan mudah dilakukan jika pihak pengelola memiliki tujuan yang sangat dia inginkan. Objek wisata bisa dikembangkan dengan mudah jika memiliki ciri khas tertentu, akses untuk mencapai wisata, serta fasilitas yang disediakan Syamsuridjal (dalam Budiarto, 2016:11-12). Sampai saat ini syarat tersebut sudah ada di Wisata Edukasi Kampung Coklat, berarti wisata ini akan lebih cepat berkembang dengan berbagai strategi yang mereka lakukan seperti memperluas jaringan untuk membantu proses pengembangan.

Perluasan membangun jaringan dengan kelompok lain dan juga masuknya kelompok lain dalam pengembangan wisata, membuat wisata ini berkembang dengan cepat. Mereka sama-sama memiliki tujuan untuk menciptakan wisata yang lebih baik dan banyak diminati wisatawan. Berbagai hal mereka lakukan demi keberlanjutan wisata, misalnya saling memberi manfaat satu sama lain seperti memberi pelatihan, penyeteroran hasil panen petani kepada wisata.

Kepercayaan juga mereka bangun melalui paguyuban dan juga komunikasi. Para

kelompok yang bergabung sama-sama sadar bahwa untuk mencapai tujuan harus saling memberi manfaat satu sama lain atau memunculkan sebuah resiprositas.

#### **5.4 Temuan Hasil Penelitian**

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah bahwa teori modal sosial yang dijelaskan Putnam sesuai dengan apa yang peneliti lakukan. Modal sosial, merupakan sebagian kehidupan sosial dan jaringan yang mendorong partisipan untuk bertindak bersama dalam menjalankan usaha kini diterapkan dalam objek Wisata Edukasi Kampung Coklat. Pertama dalam menjalankan pengelolaan wisata mereka telah di pengaruhi oleh modal sosial. Jaringan mereka bentuk dengan sangat luas. Dalam membuka jaringan sosial dia terlebih dahulu mengedepankan masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata. Pihak wisata berusaha mengajak mereka untuk ikutserta dalam mengelola wisata, misalnya dalam hal pengelolaan parkir wisata ini melibatkan masyarakat setempat.

Ajakan yang diberikan Wisata Kampung Coklat tidak hanya seputar masyarakat setempat, melainkan bagi siapa saja yang ingin bergabung dipersilahkan asalkan memberi manfaat satu sama lain. Selama pengelolaan berlangsung ada sekelompok yang ikut bergabung dalam objek wisata ini yaitu kelompok petani, kelompok petani ini berusaha bekerjasama dengan objek wisata dalam menjalankan bisnis kakao. Bilamana awal mula ada petani kakao yang diajak oleh wisata kini banyak sekali kelompok petani kakao yang bergabung dengan objek wisata, peristiwa ini merupakan membentuk/memperluas jaringan. Selama pengelolaan berlangsung modal sosial juga kuat untuk mempengaruhinya, selain menciptakan jaringan yang luas wisata tersebut juga memunculkan sebuah kepercayaan antara pihak-pihak yang ikut kerjasama.

Kemampuan melakukan berjejaring yang dilakukan objek wisata membuat objek wisata juga berusaha menjalin kerjasama dengan para mitra usaha, seperti kelompok UKM. Dalam melakukan kerjasama kelompok UKM ini beraktivitas dalam menyediakan produk olahan yang nantinya akan dijual diwisata tersebut. Dalam menjalankan pengelolaan yang dipengaruhi modal sosial ini membuat objek wisata dengan pihak terkait untuk menciptakan sebuah norma. Dalam modal sosial disebutkan bahwa ketika kerjasama berlangsung akan kuat bila didalamnya terdapat norma. Untuk itu dalam hal berjejaring dengan masyarakat, kelompok tani, mitra usaha mereka menerapkan sebuah norma.

Selanjutnya dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa tulisan teori Putnam dapat diterapkan dalam mengembangkan wisata. Bilamana temuan dalam hal pengelolaan wisata mereka menjalankan jaringan, kini dalam mengembangkan wisata mereka lebih membuka lebar untuk ikatan jaringan. Dalam modal sosial terdiri dari dua bentuk ikatan jaringan yaitu *bonding* dan *bridging*. Hubungan *bonding* mereka lakukan dengan masyarakat dan juga kelompok tani, sedangkan dalam melakukan pengembangan mereka lebih menekankan pada jaringan *bridging* yaitu berjejaring dengan dinas pariwisata, dinas perkebunan, dan juga organisasi non pemerintah yaitu NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International).

Hasil dari jaringan yang dibentuk melalui *bridging* ini sangat membantu Wisata Edukasi Kampung Coklat dalam pengembangan wisata. Dengan bergabungnya para jaringan ini membuat wisata tersebut berkembang dengan cepat. Bilamana sebelum adanya jaringan yang lebih luas wisata ini bergerak

dalam internal saja, tetapi setelah adanya kelompok tersebut wisata ini lebih dikenal dalam skala nasional bahkan internasional.

Hubungan kerjasama yang dilakukan wisata ini dengan beberapa lembaga yang lebih tinggi tersebut menciptakan sebuah hubungan yang erat. Dimana hubungan ini selalu mereka jaga melalui forum, dan forum ini sering mereka lakukan. Terutama dalam membina para petani kakao dan juga mitra usaha.

Pembentukan forum merupakan hal tersendiri yang dilakukan bersama untuk melekatkan hubungan mereka atau dalam forum ini akan membentuk sebuah kepercayaan, bilamana forum ini sering mereka lakukan maka kepercayaan juga akan semakin mudah mereka dapatkan.

Menjalankan pengembangan wisata mereka juga didukung oleh mitra usaha yang ikut juga dalam hal pengelolaan. Bilamana hubungan kerjasama mereka dalam pengelolaan hanya sebagai penyeter produk kini dalam melakukan pengembangan wisata mereka juga memiliki sebuah inovasi produk yang lebih menarik untuk memperbaiki produk yang sudah dikerjakan sebelumnya. Sebagai pemererat hubungan mereka baik pihak wisata maupun mitra usaha telah menerapkan norma yang itu harus ditaati bersama. Apabila melanggar norma yang telah disepakati maka ada sebuah peringatan hingga pemutusan kerjasama.

Dalam penelitian ini didapatkan temuan bahwa dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan Wisata Edukasi Kampung Coklat mereka dipengaruhi oleh modal sosial untuk mencapai tujuan bersama dan menumbuhkan sikap resiprositas, mereka menerapkan jaringan *bonding* dan *bridging*, upaya pembentukan kepercayaan dan didalam melakukan kerjasama mereka juga menerapkan norma.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Selama proses pengelolaan dan pengembangan objek Wisata Edukasi Kampung Coklat telah dipengaruhi oleh modal sosial. Modal sosial ini dimanfaatkan untuk membuka jaringan, menciptakan kepercayaan dan norma. Dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan mereka membuka jaringan secara luas. Jaringan sendiri di modal sosial dibagi menjadi dua yaitu *bonding* dan *bridging*. Jaringan *bonding* mereka memanfaatkan dengan menjalin ikatan bersama masyarakat dan petani kakao. Jaringan *bridging* mereka bangun dengan dinas pariwisata, dinas perkebunan dan juga NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International). Semua jaringan yang telah terbentuk ini mempengaruhi perkembangan wisata. Saat belum ada jaringan yang terbentuk wisata ini masih sulit dalam perkembangannya, tetapi setelah adanya jaringan yang dibangun wisata ini perkembangannya semakin pesat.

Pihak yang menjalin hubungan kerjasama dengan Wisata Kampung Coklat memiliki sebuah kesadaran yang tinggi, dengan memiliki kesadaran yang tinggi maka dapat mengembangkan wisata yang baik, selain kesadaran mereka juga saling menciptakan resiprositas diantara setiap kelompok. Jaringan longgar yang mereka bangun memberi dampak yang besar dalam mengembangkan wisata, saat wisata ini hanya berjejaring dengan ikatan yang sama dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan hasilnya masih stagnan. Untuk memperkuat hubungan yang mereka bentuk masing-masing kelompok saling memberi kepercayaan satu sama lain.

Kepercayaan antara pihak wisata dengan kelompok yang dibangun dibentuk melalui sebuah paguyuban, dimana paguyuban ini berfungsi sebagai tempat musyawarah bersama. Saat sering diadakan musyawarah akan membentuk sebuah kepercayaan, karena dengan saling bertemu dan saling berinteraksi dalam sebuah forum saat membicarakan bisnis yang saling menguntungkan kepercayaan inilah mulai muncul. Kepercayaan yang mereka bangun juga memudahkan untuk melakukan pengelolaan dan pengembangan wisata karena dengan saling percaya dan sadar akan membentuk sebuah wisata yang baik.

Kebersamaan diantara para kelompok yang mengelola dan mengembangkan menciptakan sebuah resiprositas, mereka saling membantu sama lain. Ketika kebersamaan ini kuat modal sosial yang mereka manfaatkan dalam menjalankan menjaga wisata berhasil, hal ini juga telah dilakukan oleh mereka.

Kebersamaan yang mereka bangun juga didasari oleh sebuah norma, hubungan kerjasama yang dilakukan pihak wisata dengan pihak kelompok luar juga menciptakan sebuah norma, bentuk dari norma ini tidak tertulis, melainkan dalam bentuk peringatan dan bila melanggar akan diputus dalam hal kerjasama. Dengan memanfaatkan modal sosial dalam bentuk jaringan, kepercayaan dan norma yang dilakukan melalui kebersamaan dan saling menguntungkan satu sama lain wisata ini telah berhasil mengelola dan mengembangkan wisata dengan sempurna.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran Praktis**

Saran yang disampaikan peneliti dalam penelitian ini adalah

1. Bagi pihak Wisata Edukasi Kampung Coklat supaya lebih berinovasi lagi dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata guna menarik wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri. Kemudian dalam

membangun jaringan yang lebih luas sebaiknya jaringan ini tetap dijaga supaya jaringan ini lebih kuat dan memunculkan kepercayaan, jika hal ini terjadi wacana membuat wisata bertaraf internasional akan cepat tercapai.

2. Bagi para mitra usaha dan juga para petani kakao supaya tetap menjaga hubungan mereka, terus perkuat jalinan kepercayaan dan tingkatkan kegiatan yang bisa dimanfaatkan untuk memperkuat jaringan yang telah terbangun antara Wisata Edukasi Kampung Coklat dengan mitra usaha serta petani kakao.

3. Untuk dinas pariwisata, dinas perkebunan dan juga NGO CABI (Centre for Agriculture and Biosciences International) terus berikan dukungan dan juga pengawasan untuk wisata kampung coklat. Memberikan keterampilan hingga inovasi wisata kedepannya sangatlah dibutuhkan, pelatihan tentang pengelolaan wisata dan juga pengolahan kakao, membuat sebuah kreativitas bagi wisata kampung coklat.

### **6.2.2 Saran Akademis**

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan teori, metode dan waktu yang digunakan oleh peneliti. Oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melihat sudut pandang yang lainya. Dalam penelitian ini peneliti hanya melihat sebatas pemanfaatan modal sosial dalam pengelolaan dan pengembangan Wisata Edukasi Kampiung Coklat. Untuk penelitian selanjutnya dapat melihat jaringan yang lebih luas lagi dan bagaimana mereka menjalin proses hubungan yang lebih intens dengan pihak lain terutama dalam kajian wisata. Mengingat kajian pariwisata saat ini sudah sangat banyak diminati dari berbagai kalangan.

### Daftar Pustaka

- Anwar,Syaiful.2012.*Modal Sosial dan Eksistensi Ngalamaniadi Kota Malang (Analisis proses dan Penguatan Modal Sosial Pada Kelompok Suporter Persema di Kota Malang*.Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.Universitas Brawijaya
- Astuti,Yuni.2009. *Potensi Museum Ronggowarsito Jawa Tengah Sebagai Objek Wisata Pendidikan Di Kota Semarang*.Fakultas Sastra Dan Seni Rupa. Universitas Sebelas Maret
- Budiarto,Tomi.2016.*Dasar-Dasar Program Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur (DP3A) Tempat Pengolahan Susu Di Boyolali Sebagi Wisata Edukasi*.Fakultas Teknik.Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Coleman, J. 1998. *Foundations Of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press
- Creswell, Jhon W. 2009. *Researchh Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Creswell, Jhon W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (memilih diantara lima pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dermatoto,Argyo.2008.*Strategi Pengembangan Objek Wisata Pedesaan Oleh Pelaku Wisata Di Kabupaten Boyolali*.Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.Universitas Sebelas Maret.
- Fandeli,Chafid.1997.*Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan Alam*. Liberty.Yogyakarta
- Field, John. 2011. *Modal sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Field, John. 2016. *Modal sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Hasbullah, Jousairi. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta : MR-United Press.
- Hendri Syahriar, Galang. 2015. *Modal Sosial Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Pariwisata di Objek Wisata Colo Kabupaten Kudus*: Universitas Diponegoro Semarang.
- Lawang, Robert M Z. 2005. *Kapital Sosial (Dalam Perspektif Sosiologi Pengantar)*. Jakarta : Fisip UI Press
- Lexi J, M. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Maarif Thajuddin,Eko Syamsul.2011.*Pengembangan Objek Wisata Wonderia Di Kota Semarang*.Fakultas Ekonomi:Universitas Diponegoro.
- Maharani, Zida Sufi. 2017. *Praktik Sosial Pemberdayaan Petani Kakao Oleh Pt Kampung Coklat Di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Brawijaya

Mustika Ati, Ahsana.2011.*Pengelolaan Wisata Religi (Studi Kasus Makam Sultan Hadiwijaya Untuk Pengembangan Dakwah)*.Fakultas Dakwah.Institut Agama Islam Negeri Walisonggo Semarang

Nababan,Juita.K.2016.*Modal Sosial Pada Pengelolaan dan Pelestarian Hutan Magrove di Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur*. Fakultas Pertanian.Universitas Lampung

Nan lin. 1999. *Building a Network Theori of Social Capital*.Dept. Sociologi.Duke University

Neuman, W. Lawrence. 2013. *Metodologi penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta:PT Indeks

Putnam, R.D.1993. *The Presperous Community Social Capital and Public Life*. American Prospect.

Putnam, R.D.2000.*Bowling Alone: The collapse and a Revival of American Community*. New York:Simon and Schuster

Putnam,R.D.1995. *Bowling Alone :America's Declining Social capital*. *Journal of Democracy* 6:1, januari 1995 pp65-78: *The Jhon Hopkins University Press*

Ratih ,Nur. dkk. 2015. *Perancangan Wisata Edukasi Lingkungan Hidup di Batu Dengan Penerapan Material Alami*: Universitas Brawijaya

Santoso,Joko.2009.*Potensi Dan Pengembangan Objek Wisata Pantai Klayar Di Kabupaten Pacitan*.Fakultas Sastra dan Seni Rupa .Universitas Sebelas Maret Surakarta

Sarwono, Jhonatan. 2006. *Metode Penelitian Kuantittif dan Kualitatif*.Yogyakarta : Graha Ilmu

Sejarah kampung Coklat . <http://www.kampungcoklat.com/> di akses pada 26 November 2016.

Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Blitar. <http://pdiperjuangan-jatim.com/strategi-pengembangan-pariwisata-kabupaten-blitar/> diakses pada 29 januari 2017

<http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2258046-tujuan-pengelolaan-pembelajaran/>, diakses pada tanggal 14 Februari 2017

Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta

Suwantoro,Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*.ANDY.Yogyakarta

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah

Wahyuningtyas,Wiga.2016.*Pemanfaatan Modal Sosial Petani Gurem Dalam Memperoleh Lahan Agroforestri Perum Perhutani (Studi Deskriptif Pengelolaan Lahan Kayu Putih BKPH Sukun di Kecamatan Pulung*

Kabupaten Ponorogo. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas  
Jember

Widya Putri, Galuh. 2017. *Modal Sosial Aktor Pariwisata Pasca Erupsi Kelud 2014  
(Studi Kasus Masyarakat Yang Masuk Keindustri Pariwisata Dan Bangkit  
Pasca Erupsi Gunung Kelud Di Desa Sugihwaras Kec. Ngancar Kab.*

*Kediri)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik: Universitas Brawijaya

Yuliana, Putu Ririn. 2015. *Taman Kupu-Kupu Bali Sebagai Daya Tarik Wisata  
Edukasi Di Kabupaten Tabanan*. Program Studi Destinasi Pariwisata.

Universitas Udayana

Yoeti, Oka A. 1997. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradnya

Paramita. Jakarta



LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambar

Gambar 3. Peneliti Dengan Informan



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2017)

Gambar 4. Peneliti Dengan Informan



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2017)

Gambar 5. Peneliti Dengan Informan



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2017)

Gambar 6. Peneliti Dengan Informan



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2017)



Gambar 7. Wisata Edukasi Kampung Coklat Tampak Depan



Sumber : Dokumentasi Peneliti (2017)