

**KEADAAN MODAL SOSIAL MASYARAKAT DI TENGAH DOMINASI
NILAI-NILAI EKONOMI SEKTOR PARIWISATA
(Studi Kasus Modal Sosial Masyarakat Desa Bejiharjo Kecamatan
Karangmojo Kabupaten Gunungkidul sebagai Pelaku Usaha Pariwisata Goa
Pindul)**

Oleh:
Nathasya Arista Mangasaon

INTISARI

Pemberdayaan yang terjadi dalam pembangunan pariwisata Goa Pindul memberikan dampak positif dan negatif pada masyarakat Desa Bejiharjo. Pendapatan masyarakat meningkat, kualitas kehidupan juga semakin meningkat. Akan tetapi hal tersebut juga memicu perubahan-perubahan sosial budaya masyarakat mulai dari pola pikir, pola perilaku, hingga hubungan dan interaksi sosial antar masyarakat. Ada masyarakat yang berorientasi pada bisnis dan ada masyarakat yang tetap mengutamakan hubungan sosial antar masyarakat. Perbedaan tersebut mampu memunculkan sejumlah permasalahan yang kemudian berbanding lurus dengan eksistensi modal sosial diantara masyarakat. Penelitian ini menjelaskan tentang keadaan modal sosial yang terjadi diantara masyarakat Desa Bejiharjo ditengah pengelolaan Destinasi Wisata Goa Pindul dan bagaimana dinamika yang muncul didalamnya. Dalam konteks ini, modal sosial dipahami sebagai salah satu bentuk lembaga atau sumberdaya yang meliputi norma, nilai-nilai atau standar, kepercayaan antar masyarakat, dan jaringan dalam bentuk kerjasama. Pembahasan difokuskan pada dinamika interaksi yang terjalin diantara masyarakat Desa Bejiharjo yang dipengaruhi oleh kepemimpinan lokal dan kelembagaan lokal sebagai pendukung sekaligus wadah dari pengelolaan Goa Pindul itu sendiri. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi di kawasan pariwisata Goa Pindu, Desa Bejiharjo. Penelitian ini juga melihat bagaimana kemudian dilema atas eksistensi Goa Pindul mulai bermunculan. Ditandai dengan mencuatnya masalah-masalah internal hingga masalah terkikisnya respons terhadap kegiatan-kegiatan budaya / kearifan local.

Keyword: Modal sosial, kepemimpinan lokal, kelembagaan lokal, dinamika, masyarakat Bejiharjo, pokdarwis, pengelolaan pariwisata.

THE SOCIAL CAPITAL OF SOCIETY IN THE MIDDLE OF THE DOMINANCE OF ECONOMIC VALUES OF THE TOURISM SECTOR

(Case Study Social Capital Village Community Bejiharjo District

Karangmojo Gunungkidul as Tourism Business Actor Goa Pindul)

By:

Nathasya Arista Mangasaon

ABSTRACT

Empowerment that happened in tourism development of Goa Pindul give positive and negative impact to Bejiharjo village community. People's income increased, quality of life is also increasing. But it also triggers socio-cultural changes of society ranging from the mindset, behaviour patterns, to the interaction of social relations between communities. There is a society that is business oriented and there are people who still prioritize social relationships between communities. The difference is capable of causing a number of problems that will disrupt the existence of social capital among the community. This research explains the state of social capital that occurs in the Bejiharjo community in the middle of the management of Goa Pindul Tourism and how the dynamics that appear in it. In this context, social capital is understood as one form of institution or resources that includes norms, values, or standards, trust between communities, and networks in the form of cooperation. The discussion focused on the dynamics of interaction that exists between the people of Bejiharjo village that is influenced by local leadership and local institutions as a supporter and container of the management of Goa Pindul itself. The method used by the researcher is descriptive qualitative by conducting interviews and observations in the tourism area of Goa Pindul, Bejiharjo Village. This research also looked at how then the dilemma over the existence of Goa Pindul began to emerge. Characterized by the rise of internal problems to the problem of the erosion of responses to cultural activities or local wisdom.

Keyword: *Social capital, social leadership, local institutions, dynamics, Bejiharjo Communities, pokdarwis (tourism conscious group), tourism management*