

DAFTAR ISI

PERAN MODAL SOSIAL MASYARAKAT.....	i
DALAM PENGEMBANGAN.....	i
DESA WISATA DIENG KULON JAWA TENGAH.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	15
1.3 Keaslian Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	21
BAB II	24
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	24
2.1 Sistem Sosial	24
2.2 Modal Sosial.....	27
2.3 Desa Wisata.....	30
2.4 Konsep Modal Sosial Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata.	32
2.5 Landasan Teori	34
2.5.1 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	38
2.5.2 Norma atau Aturan (<i>Norms</i>)	40
2.5.3 Jaringan (<i>Networks</i>)	42
2.5.4 Hubungan antara Modal Sosial dan Desa Wisata	44
2.6 Kerangka Pemikiran Modal Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata	46
BAB III.....	49
METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Pendekatan Penelitian	49
3.2 Lokasi Penelitian	50

3.3 Metode Penentuan Informan	53
3.4 Jenis dan Sumber Data	54
3.5 Metode Pengumpulan Data	57
3.6 Metode Pengolahan Data	60
3.7 Metode Analisis Data	62
BAB IV	66
PROFIL DESA WISATA DIENG KULON	66
4.1 Gambaran Umum	66
4.2 Letak, Luas Wilayah, dan Distribusi Lahan	66
4.3 Struktur Demografi	70
4.4 Ekonomi	74
4.4.1 Sarana dan Prasarana Perhubungan	74
4.4.2 Lapangan Kerja	77
4.4.3 Luas Areal Pertanian	82
4.5 Daya Tarik atau Potensi Wisata	85
4.5.1 Daya Tarik atau Potensi Wisata Alam Kawah Sikidang	86
4.5.2 Daya Tarik Budaya	87
4.5.2.1 Upacara Adat Ruwat Anak Gimbal atau Cukur Rambut Gimbal	87
4.5.2.2 Sedekah Bumi	88
4.5.2.3 Merdi Desa	89
4.5.2.4 Yaksa Pringgodani	89
4.5.2.5 Tari Topeng (Lengger Dieng)	91
4.5.2.6 Kompleks Peninggalan Purbakala	91
4.6 Kehidupan Sosial dan Budaya Masyarakat	93
4.7 Kuliner Desa Dieng Kulon	94
4.8 Perkembangan Kepariwisata Sejak Tahun 2009—2016	99
4.8.1 Produk Wisata	99
4.8.1.1 Produk Wisata Desa Dieng Kulon	100
4.8.1.2 Produk Budaya Desa Wisata Dieng Kulon	101
4.8.2 Kelembagaan di Desa Wisata Dieng Kulon	109
4.8.3 Pemasaran Pariwisata	112
4.9 Perkembangan Jumlah Wisatawan ke Desa Wisata Dieng Kulon Tahun 2012—2016	114
BAB V	116
PERAN MODAL SOSIAL MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA	116
5.1 Peran Kepercayaan dalam Pengembangan Desa Wisata	116
5.1.1 Kepercayaan terhadap Aktor Utama (Ketua Desa Wisata)	118
5.1.2 Kepercayaan terhadap Ketua Desa Wisata dan Pengaruhnya terhadap Pengembangan Desa Wisata	122

5.1.3	Kepercayaan terhadap Individu dan Perannya terhadap Pengembangan Desa Wisata	126
5.1.3.1	Informan-2 Ketua Pokja Home Industri (UMKM dan Kuliner).....	127
5.1.3.2	Informan-4 sebagai Bendahara Desa Wisata	129
5.1.3.3	Informan-5 sebagai Ketua Pokja Homestay	130
5.1.3.4	Informan-6 sebagai Ketua Pokja Pemasaran.....	131
5.2	Peran Norma dalam Pengembangan Desa wisata	134
5.3	Peran Jaringan dalam Pengembangan Desa Wisata	141
5.3.1	Jaringan Internal	142
5.3.2	Jaringan Eksternal	145
5.3.2.1	Kerja Sama dengan Biro Perjalanan Wisata (BPW).....	146
5.3.2.2	Kerja Sama dengan Agen Perjalanan atau Pemasaran Online	149
5.3.2.3	Kerja Sama Pemasaran dengan Perbankan	150
5.3.2.4	Membangun Kerja Sama dengan Perusahaan Penerbangan.....	152
5.3.2.5	Membangun Kerja Sama dengan Pemerintah.....	155
5.3.2.6	Membangun Jaringan dengan Komunitas Dieng melalui Media Sosial	156
5.4	Ringkasan	159
BAB VI.....		161
PERAN MODAL SOSIAL DALAM DINAMIKA INTERAKSI ANTAR INDIVIDU DI DESA WISATA DAN INTERAKSI DESA WISATA DENGAN PIHAK LUAR.....		161
6.1	Pendahuluan	161
6.2	Peran Kepercayaan dalam Dinamika Interaksi Antarindividu	162
6.2.1	Interaksi antara Individu Pokja <i>Homestay</i> dengan Individu Pokja Pramuwisata	165
6.3	Desa Wisata Tidak Merusak Lingkungan di Dieng	169
6.4	Peran Norma dalam Dinamika Interaksi Antarindividu.....	171
6.4.1	Peran Norma dalam Interaksi Antaranggota Pokja.....	171
6.4.1.1	Upaya Pembuktian Pokja Homestay: Sarana Akomodasi yang Dikembangkan berdasarkan Nilai-nilai Syariah Agama Islam.	172
6.4.1.2	Perlindungan Budaya Lokal atas Dampak Berkembangnya Pariwisata di Desa Dieng Kulon.....	175
6.4.1.3	Peran Norma dalam Dinamika Interaksi antara Anggota Pokja dengan Wisatawan.....	177
6.4.1.4	Sertifikasi dan Legalitas Pramuwisata Lokal dalam Melayani Wisatawan	178
6.4.1.5	Etika Pedagang dalam Menjual Dagangannya kepada Wisatawan.....	180
6.5	Peran Jaringan dan Pengaruhnya dalam Interaksi Antarindividu	183
6.5.1	Individu Pokja Pramuwisata dan Individu Pokja <i>Home</i> Industri (UMK)	184
6.5.2	Individu Pokja Pemasaran dengan Individu Pokja <i>Homestay</i>	185
6.6	Peran Kepercayaan dalam Dinamika Interaksi Desa Wisata dengan Pihak Luar	187
6.6.1	Peran UMKM Dieng dalam mendorong pengembangan desa wisata	188
6.6.2	Interaksi Desa wisata dengan Pihak Biro Perjalanan wisata di luar Dieng....	189

6.7	Peran Norma dalam Dinamika Interaksi Desa Wisata dengan Pihak Luar	191
6.7.1	Perayaan Jaga Adat untuk Mencegah Marabahaya Desa Wisata.....	192
6.7.2	Keterlibatan Warga Desa dalam Menjaga Peninggalan Purbakala.....	193
6.7.3	Etika Penugasan bagi Pramuwisata di Desa Wisata Dieng Kulon.....	196
6.8	Peran Jaringan dalam Dinamika Interaksi Desa Wisata dengan Pihak Luar	198
6.8.1	Eksistensi Desa Wisata Dieng Kulon terhadap Desa Wisata di Luar Dieng	198
6.8.2	Mempromosikan Desa Wisata Dieng Kulon dalam Pameran Pariwisata Nasional	200
6.9	Ringkasan	202
BAB VII		203
PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGELOLAAN PRODUK DAN PEMASARAN PRODUK WISATA		203
7.1	Pendahuluan	203
7.2	Peran Kepercayaan dalam Pengelolaan Produk dan <i>Event</i> Desa Wisata	204
7.3	Peran Norma dalam Pengelolaan Produk Wisata.....	212
7.3.1	Analisis Festival Budaya Dieng (DCF) dan Potong Rambut Gimal dari Segi Norma	213
7.4	Peran Jaringan dalam Pengelolaan Produk Desa Wisata	219
7.4.1	Analisis Festival Budaya Dieng (DCF) dari segi Jaringan	220
7.4.1.1	Bangunan Jaringan Internal dalam Bentuk Kerja Sama dan Koordinasi Antarpokja	220
7.4.1.2	Upaya Pengelola Desa Wisata dalam Menggerakkan Warga dan Gotong-royong Warga untuk Menyusutkan Festival Budaya Dieng	223
7.4.1.3	Kerja Sama dengan Pihak Luar untuk Inovasi Produk Wisata.....	225
7.5	Peran Kepercayaan dalam Pengelolaan Pemasaran Produk Wisata.....	226
7.6	Peran Norma dalam Pemasaran Produk Desa Wisata	232
7.6.1	Jalinan Hubungan Anggota Pokja Pemasaran dan Wisatawan.....	233
7.7	Peran Jaringan dalam Pengelolaan Pemasaran Produk Desa Wisata...	235
7.7.1	Peran Internet dan Jaringan Pemasaran Paket Wisata	236
7.7.2	Penggunaan Agen Wisata di Kota-kota Sasaran.....	238
BAB VIII		241
KESIMPULAN DAN SARAN		241
8.1	Kesimpulan.....	241
8.1.1	Tokoh dan atau individu yang terpercaya berperan penting dalam menggerakkan warga untuk membuat berbagai kegiatan kepariwisataan di desa.	241
8.1.2	Peran kepercayaan oleh warga desa dan restu tokoh desa kepada Para pengelola desa wisata dikatakan positif, terbukti pengelola desa berhasil	

mengolah potensi alam dan budaya menjadi produk wisata seperti paket wisata, <i>homestay</i> , pramuwisata, makanan khas dan mampu menggelar Festival Budaya Dieng (<i>DCF</i>) setiap tahun.	241
8.1.3 Pengelola desa wisata hanya memasarkan produk yang siap dan dipercaya oleh wisatawan dan dipasarkan secara profesional.....	241
8.1.4 Peran norma khususnya penerapan transparansi dalam pengelolaan keuangan, nilai-nilai syariah dalam pengelolaan <i>homestay</i> dan kebijakan kepala desa tidak mengizinkan pendirian hotel di Desa Dieng kulon dalam 10 tahun terakhir.	241
8.1.5 Peran jaringan dalam pengelolaan produk desa wisata antara lain: bangunan kerja sama antar individu dan pokja pada pengelolaan paket wisata, pelaksanaan Festival Budaya Dieng, dan partisipasi warga dalam pegelaran seni budaya dalam Festival Budaya Dieng	242
8.1.6 Peran jaringan dalam pemasaran tergambar pada pembentukan agen perjalanan di kota potensial wisatawananya, perluasan kerja sama dengan biro perjalanan, dan penggunaan <i>web site</i> , <i>facebook</i> dan <i>Instagram</i> untuk menarik wisatawan berwisata ke Dieng.	242
8.2 Saran.....	242
8.2.1 Tokoh atau individu yang dipercaya dapat menjaga kepercayaannya agar tetap bersama masyarakat dalam mengembangkan desa wisata.	242
8.2.2 Kepercayaan wisatawan terhadap Dieng dan produk budaya seperti Festival Budaya Dieng hendaknya dijaga agar desa wisata dan produk wisatanya tetap diterima pasar dan wisatawan.....	242
8.2.3 Prinsip transparansi dalam pengelolaan keuangan disarankan dijaga, hindari perselisihan di dalam desa wisata menjaga hubungan baik dengan Tokoh Adat, dan kebijakan Kepala Desa Dieng Kulon tidak mengizinkan pendirian hotel di Dieng Kulon selayaknya dipertahankan.....	242
8.2.4 Pengelolaan pemasaran hendaknya menghindarkan promosi yang materinya tidak sesuai dengan kenyataan, dan produk wisata yang dipasarkan dijaga kualitasnya.	243
8.2.5 Koordinasi, kerja sama dan soliditas antara Individu dan Pokja dalam pengelolaan produk desa wisata, yang sudah berjalan hampir 10 tahun, ditingkatkan kualitasnya agar pelaksanaan <i>DCF</i> semakin baik.	243
8.2.6 Pemasaran melalui <i>web site</i> terbukti cukup berhasil menarik wisatawan ke Dieng, ke depan materi yang diunggah ke dalam web site ditingkatkan kualitas dan ragamnya.	243
8.3 Implikasi Teori (Kebaruan).....	243
DAFTAR PUSTAKA.....	246
LAMPIRAN.....	256

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Dieng Kulon 2017.....	68
Tabel 4.2 Penduduk Desa Dieng Kulon berdasarkan Umur pada 2017.....	70
Tabel 4.3 Penduduk Desa Dieng Kulon berdasarkan Pendidikan.....	71
Tabel 4.4 Pendapatan Desa Dieng Kulon Tahun 2017.....	76
Tabel 4.5 Jumlah Penghasilan Desa Wisata Dieng Kulon	77
Tabel 4.6 Jumlah dan Penghasilan <i>Homestay</i>	105
Tabel 4.7 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2011—2016.....	112
Tabel 5.1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan.....	152
Tabel 6.1 Fase Pertama Operasional <i>Homestay</i>	164
Tabel 6.2 Fase Kedua Operasional <i>Homestay</i>	165
Tabel 6.3 Fase Ketiga Operasional <i>Homestay</i>	166
Tabel 7.1 Diagram Penerapan Modal Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Desa Dieng Kulon	239

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pola Pikir Pengembangan Desa Wisata Dieng Kulon.....	47
Gambar 4.1 Peta Desa Dieng Kulon.....	65
Gambar 4.2 Tarian Yaksa Pringgodani di Desa Dieng Kulon.....	88
Gambar 4.3 Mi Ongklok Khas Dieng.....	93
Gambar 4.4 Minuman Carica.....	95
Gambar 4.5 Upacara Pemotongan Rambut Gimbal.....	100
Gambar 4.6 Agro Wisata dan Hidup Bersama Orang Dieng.....	101
Gambar 4.7 <i>Homestay</i> Cempaka di Desa Wisata Dieng Kulon.....	106
Gambar 5.1 Struktur dan Organisasi Desa Wisata Dieng Kulon.....	133
Gambar 5.2 Judul Promosi Bank BCA dalam Majalah Garuda.....	148
Gambar 5.3 Majalah dalam Pesawat Garuda Indonesia Agustus 2015.....	151
Gambar 5.4 Promosi Paket Wisata melalui <i>Website</i>	155