

INTISARI

Pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu konsep pembangunan yang dinilai ideal, sehingga konsep ini banyak digunakan oleh pemerintah ataupun swasta untuk melaksanakan pembangunan masyarakat. Pembangunan berbasis pemberdayaan ini merambah ke segala bidang salah satunya adalah pariwisata. Pasar Kaki Langit merupakan destinasi wisata baru di Yogyakarta. Perkembangan pariwisata sejauh ini menuai kritik pada pengelolaan yang lebih menekankan dominasi pihak luar dalam proses pengelolaan wisata sehingga menggeser peranan masyarakat lokal, akibatnya masyarakat lokal tidak mempunyai kekuatan penuh dalam mengelola sumber daya yang mereka miliki. Pada perkembangan selanjutnya, hadir konsep pariwisata yang dapat memberikan solusi dari kondisi tersebut yaitu konsep pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat dengan menitikberatkan pada modal sosial yang ada didalamnya. Sehingga dalam konsep ini modal sosial menjadi faktor penting. Mengingat pentingnya pemanfaatan peran modal sosial dalam pemberdayaan masyarakat tersebut peneliti ingin mengkaji bagaimana peranan modal sosial dalam meningkatkan pembangunan pariwisata di Pasar Kaki Langit sebagai destinasi wisata. Modal sosial digunakan peneliti untuk melihat capaian peran modal sosial yang selama ini dikelola oleh kelompok rasa langit melalui tiga aspek yaitu kepercayaan, jaringan, dan norma.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Kaki Langit dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Terdapat 9 (sembilan) narasumber yang terdiri dari komponen pengelola dan pedagang. Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi.

Adapun temuan pertama dari penelitian ini adalah kepercayaan Kelompok Rasa Langit secara umum terbagi dalam dua jenis yaitu pembagian tugas dan pengelolaan anggaran. Keduanya selalu dilakukan dengan cara musyawarah mufakat untuk menjaga kepercayaan melalui keterbukaan antar anggota kelompok. Jaringan kelompok secara internal terbentuk dengan kuat, sehingga antara satu anggota dengan yang lain memiliki kepedulian yang tinggi. Secara eksternal, tidak banyak jaringan yang dibentuk oleh Kelompok Rasa Langit. Norma yang terbentuk dalam Kelompok Rasa Langit adalah norma tidak tertulis. Hal ini menuntut kesadaran lebih kepada masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang kondusif. Namun kurangnya keterbukaan informasi pengelola menimbulkan terjadinya peluang konflik kepercayaan serta keberadaan norma tidak tertulis ini memicu timbulnya konflik internal kelompok. Meski demikian, modal sosial Kelompok Rasa Langit masih tergolong tinggi dalam pengelolaan Pasar Kaki Langit.

Kata kunci: modal sosial, pembangunan wisata, pasar kaki langit

ABSTRACT

Community empowerment is one of the ideal development concepts, so this concept is widely used by the government or the private sector to make community development. This empowering development is empowered. Pasar Kaki Langit is a new tourist destination in Yogyakarta. Tourism development draws criticism for management which emphasizes the dominance of outsiders in the process of tourism management so that it shifts the role of local communities, consequently local people do not have full power in managing the resources they have. In further developments, the concept that can provide solutions to these requirements is the concept of community empowerment with a focus on social capital in it. Important in this concept social capital becomes an important factor. Related to the role of social capital in community empowerment, researchers want to examine the role of social capital in enhancing development in the Pasar Kaki Langit as a tourist destination. Social capital is used by researchers to see the achievements of the role of social capital that has been managed by through three aspects; trust, networks, and norms.

This research was conducted at the Pasar Kaki Langit using qualitative methods and descriptive approaches. Data collection is done by library research, interviews, observations, and documentation. There are 9 (nine) resource persons consisting of manager and trader components. The technique of checking the validity of the data is carried out by the triangulation method.

The first result of this study is that the belief in the Rasa Langit Group is generally divided into two types, namely the division of tasks and budget management. Both are always done by way of consensus agreement to maintain trust through openness between group members. The internal network of groups is strongly formed, so that one member has another concern. Externally, not many networks are formed by the Rasa Langit Group. Norms formed in the Rasa Langit Group are unwritten norms. This requires more awareness of the community to create a conducive environment. However, the lack of information disclosure by managers creates opportunities for conflicts of trust and the existence of unwritten norms triggering internal group conflicts. However, the social capital of the Rasa Langit Group is still relatively high in the management of the Pasar Kaki Langit.

Keywords: social capital, tourism development, Pasar Kaki Langit