PENGARUH MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA MENUJU DESTINASI MANDIRI DI KABUPATEN LOMBOK TENGAH

M.Alung Fachrezy¹, Azhari Evendi², Arif Nasrullah³

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram

E-mail: muhammadalungf@gmail.com

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap perekonomian daerah, termasuk di Pulau Lombok. Dalam rangka mengembangkan sektor ini, pemerintah Indonesia mendorong Pembangunan desa wisata sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik destinasi lokal dan memperkuat keterlibatan masyarakat. Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang terletak di Kabupaten Lombok Tengah memberikan dampak signifikan terhadap desa-desa di sekitarnya dalam mengembangkan potensi wisata. Desa wisata mandiri menjadi indikator keberhasilan pengembangan desa wisata, yang menekankan pentingnya kemandirian dan keberlanjutan. Modal sosial merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung proses tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara modal sosial dan pengembangan desa wisata menuju destinasi mandiri, serta mengukur tingkat kesiapan desa wisata di Kabupaten Lombok Tengah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan lokasi penelitian di dua desa wisata, yaitu Desa Rembitan dan Desa Selong Belanak. Jumlah sampel sebanyak 100 responden ditentukan berdasarkan populasi kedua desa menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, dan dipilih secara purposive dengan kriteria keterlibatan atau pemahaman terhadap aktivitas pariwisata. Penelitian ini menggunakan kerangka teori modal sosial dari Robert D. Putnam, yang menekankan pentingnya jaringan sosial, norma, dan kepercayaan dalam membangun kapasitas kolektif masyarakat. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, observasi non partisipan, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji Chi Kuadrat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memiliki hubungan signifikan terhadap pengembangan desa wisata. Variabel jaringan, norma, dan kepercayaan secara umum berhubungan signifikan, kecuali jaringan yang tidak menunjukkan hubungan signifikan terhadap indikator diversifikasi produk dan atraksi wisata. Secara keseluruhan, desa-desa wisata yang diteliti berada dalam kategori siap untuk berkembang menuju destinasi wisata mandiri.

Kata Kunci: Modal Sosial, Desa Wisata, Pengembangan, Destinasi Mandiri

Abstract

Tourism is one of the strategic sectors that contributes greatly to the regional economy, including on the island of Lombok. In order to develop this sector, the Indonesian government encourages the development of tourism villages as a strategy to increase the attractiveness of local destinations and strengthen community involvement. The Mandalika Special Economic Zone (SEZ) located in Central Lombok Regency has a significant impact on surrounding villages in developing tourism potential. Independent tourism villages are an indicator of the success of tourism village development, which emphasizes the importance of independence and sustainability. Social capital is one of the important factors in supporting the process. This study aims to analyze the relationship between social capital and the development of tourist villages towards independent destinations, as well as measure the level of readiness of tourist villages in Central Lombok Regency. The method used is a quantitative approach, with research locations in two tourist villages, namely Rembitan

Village and Selong Belanak Village. The sample size of 100 respondents was determined based on the population of the two villages using the Slovin formula with an error rate of 10%, and was selected as the sample. purposively with the criteria of involvement or understanding of tourism activities. This research uses Robert D. Putnam's social capital theoretical framework, which emphasizes the importance of social networks, norms, and trust in building a community's collective capacity. Data were collected through structured interviews, non-participant observation, and documentation, then analyzed using descriptive statistics and Chi Square test. The results showed that social capital has a significant relationship with the development of tourism villages. Networks, norms, and trust variables are generally significantly related, except for networks that do not show a significant relationship to indicators of product diversification and tourist attractions. Overall, the tourist villages studied are in the category of ready to develop towards independent tourist destinations.

Keywords: *Social Capital, Tourism Village, Development, Independent Destination*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan manusia dengan melakukan perjalanan dan tinggal terus menerus untuk jangka waktu kurang dari satu tahun di luar lingkungan biasa dengan tujuan utama untuk liburan sebagai langkah keluar dari rutinitas dan kehidupan sehari-hari yang dibebankan oleh tugas dan pekerjaan (Saragih et al., 2022). Seiring berjalannya waktu, pariwisata kian berkembang dan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan peradaban manusia.

Dalam perkembangannya, pariwisata bertransformasi menjadi sebuah industri yang menjanjikan bagi negara-negara atau daerah-daerah yang membuka destinasi wisata untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Industri pariwisata merupakan keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya (Tangian & Kumaat, 2020). Hal tersebut karena dengan terdapatnya barang atau jasa yang ditawarkan dapat lebih menarik wisatawan untuk berkunjung dapat memberikan pendapatan yang membantu perkembangan perekonomian dan memperbaiki taraf kehidupan masyarakat.

Indonesia sebagai negara yang kaya akan potensi alam serta budaya menjadikannya sebagai negara yang memiliki potensi pariwisata yang menjanjikan bagi peningkatan perekonomian serta peningkatan taraf hidup masyarakat. Akan tetapi, sektor pariwisata di Indonesia sempat mengalami kendala yang menyebabkan penurunan

pada industri pariwisata, yaitu ketika virus COVID-19 menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia yang mengharuskan masyarakat mengurangi aktivitas di luar rumah dan menjaga jarak satu sama lain. Berdasarkan data dari Kemenparekraf (2021), Jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia sejak Februari 2020 mengalami penurunan yang begitu drastis, yang puncaknya terjadi April 2020 dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu. Hal tersebut berakibat pada matinya beberapa usaha masyarakat yang berkaitan erat dengan pariwisata, contohnya UMKM yang mengandalkan wisatawan sebagai konsumen utama.

Munculnya berbagai dampak buruk tersebut menyebabkan berbagai negara khususnya Indonesia menyusun strategi untuk memulihkan kembali dan mengembangkan pariwisata pasca COVID-19. Salah satu strategi yang digunakan pemerintah Indonesia dalam memulihkan kembali industri pariwisata yaitu dengan membangun dan mengembangkan desa wisata yang ada di Indonesia. Menurut Wirdayanti et al. (2019) Desa wisata adalah tempat yang memiliki potensi dan daya tarik wisata yang unik, yang memungkinkan pengunjung untuk merasakan pengalaman kehidupan yang unik dan tradisi masyarakat pedesaan dengan semua potensinya. Pengembangan desa wisata perlu dilakukan karena destinasi wisata alam dan budaya masih melekat pada desa-desa yang ada di seluruh penjuru Indonesia dan dikelola oleh pemerintah daerah atau pemerintah desa. Menurut mayoritas pakar dengan persentase 46,15% memprediksi jika pengembangan destinasi pariwisata yang

berkualitas dan inovatif memiliki peran penting dalam pertumbuhan sektor pariwisata di masa yang akan datang, meskipun terdapat faktor-faktor lain yang berpengaruh pada pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia (Kemenparekraf, 2023).

Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki 99 desa wisata (Diskominfo Tik NTB 2019) menjadi salah satu provinsi yang dengan gencar mengembangkan pariwisata untuk memajukan perekonomian daerah. Hal tersebut direalisasikan oleh Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat melalui dengan Surat Keputusan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 366 Tahun 2019 tentang Pengembangan 99 Desa Wisata yang menginstruksikan penetapan desa wisata dan pemberian bantuan kepada desa wisata sebagai langkah untuk mempercepat pengembangan dunia pariwisata di Nusa Tenggara Barat.

Pulau Lombok, sebagai pulau yang memiliki jumlah desa wisata paling banyak dibandingkan Pulau Sumbawa dan sekitarnya harus mempersiapkan diri menyambut era dimana pemerintah dunia termasuk Indonesia secara masif memajukan pariwisata negara. Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika tentunya memberikan dampak yang signifikan bagi Pulau Lombok dan desa-desa wisata yang ada di sekitarnya yaitu membanjirnya wisatawan baik lokal maupun mancanegara ke berbagai destinasi wisata yang ada serta pembangunan berbagai infrastruktur yang gencar dilakukan pemerintah. Data dari Injourney Tourism Development Corporation (ITDC) (2024), mencatat jumlah kunjungan wisatawan ke

kawasan Mandalika selama libur Lebaran tahun 2024, periode tanggal 8-18 April mencapai 47.786 orang. Kawasan Kuta Mandalika yang secara administratif berada di Kabupaten Lombok Tengah menjadikannya salah satu kabupaten dengan jumlah wisatawan paling banyak setiap tahunnya. Hal tersebut berdampak pada desa-desa wisata yang terdapat di Kabupaten Lombok Tengah seperti Desa Rembitan, Bilebante, Selong Belanak, Ende, dan lain-lain.

Dengan berkembangnya pariwisata serta pembangunan yang dilakukan pemerintah di Lombok Tengah membuat desa-desa di Kawasan tersebut dapat memanfaatkan potensi serta destinasi wisata yang menjadi daya tarik masing-masing. Melalui pengembangan dan perancangan strategi yang tepat seperti inovasi atau promosi, desa-desa wisata tersebut diharapkan memiliki kesiapan dalam menghadapi kedatangan wisatawan. Kesiapan desa wisata dapat dilihat dari tiga komponen/aspek, yaitu kesiapan 3A (amenitas, aksesibilitas, atraksi), dukungan pemerintah, dan kesiapan masyarakat (Setiawan & Muharis, 2024). Oleh karena itu, memadai tidaknya atau tinggi rendahnya ketiga komponen tersebut akan mempengaruhi tingkat kesiapan desa wisata. Meskipun demikian, kesiapan desa wisata tidak dapat terwujud apabila tidak ada peran serta individu-individu dalam komunitas desa secara aktif agar terciptanya pengembangan desa wisata yang baik. Tingkatan-tingkatan atau tahapan pengembangan desa wisata, dapat dibagi menjadi desa wisata rintisan, desa wisata berkembang, desa wisata maju, dan desa wisata mandiri, dengan indikator

utama yaitu (1) jumlah kunjungan wisatawan, (2) industri pariwisata yang berkembang, (3) kesiapan skill dan SDM, (4) Diversifikasi produk dan aktivitas wisata, (5) Amenitas Pariwisata (Wirdayanti et al. 2019).

Desa wisata mandiri, sebagai tingkatan atau tahapan tertinggi dari pengembangan desa wisata, harus menjadi tujuan atau cita-cita setiap desa wisata, khususnya desa wisata yang terdapat di Lombok Tengah sehingga dapat dinilai sebagai desa wisata yang berhasil dalam mengembangkan potensinya. Akan tetapi berdasarkan data dari Kemenparekraf pada tahun 2024 dalam *website* jadesta.kemenparekraf.go.id, belum terdapat satupun desa wisata di Lombok Tengah yang tergolong desa wisata mandiri, sehingga diperlukan pengembangan lebih lanjut terhadap desa-desa wisata di Lombok Tengah. Dalam membangun desa wisata mandiri, suatu komunitas atau masyarakat tentunya memerlukan modal sebagai kekuatan untuk mengembang potensi yang dimiliki sehingga dapat menjadikan destinasi atau keunikan desa sebagai penopang berjalannya kegiatan pariwisata. Salah satu modal yang paling dasar yang dimiliki oleh suatu komunitas atau masyarakat adalah modal sosial. Modal sosial merupakan hubungan antar individu yang dibangun berdasarkan jaringan sosial, norma timbal balik, dan kepercayaan yang muncul dalam hubungan tersebut (Putnam, 2020). Oleh karena itu, pengembangan desa wisata menuju destinasi mandiri, dapat dipengaruhi oleh kondisi sosial masyarakat, khususnya modal sosial masyarakat desa wisata yang ada di

Lombok Tengah. Dengan demikian, pengembangan desa wisata di Lombok Tengah kemungkinan dapat dipengaruhi oleh modal sosial yang ada pada masyarakat desa. Seperti penelitian Ringa et al. (2019) yang menemukan bahwa modal sosial memberikan pengaruh positif terhadap Pembangunan pariwisata berkelanjutan, yaitu semakin tinggi modal sosial, maka pembangunan pariwisata berkelanjutan akan semakin baik. Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki tujuan utama untuk mengetahui hubungan modal sosial dengan pengembangan desa wisata menuju destinasi mandiri di Kabupaten Lombok Tengah serta mengetahui tingkat kesiapan desa-desa wisata sampel dalam pengembangan desa wisata menuju destinasi mandiri.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan secara kuantitatif sebuah gejala atau fenomena sosial serta menjelaskan bagaimana fenomena atau gejala sosial yang terjadi saling berhubungan satu sama lain (Martono, 2015). Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lombok Tengah dengan mengambil sampel dari dua desa yang dipilih, yaitu Desa Rembitan dan Desa Selong Belanak. Pertimbangan dalam memilih kedua desa wisata tersebut sebagai lokasi dari penelitian ini adalah karena desa wisata tersebut mewakili dua karakter desa wisata yang berbeda, yaitu desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam, yaitu pantai dan desa keunikan sumber daya budaya lokal, berupa aktivitas

masyarakat tradisional dan perkampungan adat.

Penelitian dilakukan dengan melibatkan 100 sampel yang diambil dari Desa Rembitan dan Selong Belanak berdasarkan jumlah populasi kedua desa pada tahun 2022, yang menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Tengah tahun 2023 menunjukkan populasi Desa Rembitan pada tahun berjumlah 9.747 jiwa, sedangkan Desa Selong Belanak berjumlah 5.371 jiwa sehingga jumlah populasi dalam penelitian adalah 15.118. Perhitungan untuk mengetahui jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana peneliti memilih unsur dari sebuah populasi tertentu yang dianggap mewakili atau yang memiliki informasi mengenai topik atau masalah dari penelitian yang dilakukan (Rasyid, 2015). Sampel yang akan dipilih sekiranya mampu untuk mewakili populasi sesuai dengan ciri-ciri tertentu. Dalam penelitian ini, orang-orang yang dipilih untuk menjadi sampel penelitian adalah mereka yang terlibat dalam kegiatan pariwisata atau memiliki pengetahuan mengenai pariwisata di desa Selong Rembitan dan Desa Selong Belanak, seperti aparaturnya atau perangkat desa, kelompok sadar wisata, UMKM, wiraswasta, kelompok *tour guide* dan sebagainya.

Data penelitian didapatkan dari dua sumber, yaitu primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara secara terstruktur menggunakan kuesioner dan observasi secara non partisipan. Adapun

data sekunder didapatkan dari dokumentasi, yaitu mengumpulkan berbagai dokumen yang dapat mendukung atau memiliki keterkaitan dengan pertanyaan penelitian (Martono, 2015), seperti dokumen pemerintah, undang-undang, serta keterangan-keterangan lain yang dapat mendukung penelitian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran tentang subjek penelitian berdasarkan data variabel yang dikumpulkan dari kelompok subjek maupun objek tertentu, kemudian dapat ditampilkan dalam berbagai bentuk, seperti tabel distribusi frekuensi, tabel histogram, nilai mean, nilai standar deviasi, dan lain-lain (Putranto, 2022), sedangkan regresi linear berganda merupakan uji regresi linear untuk memprediksi hubungan antara lebih dari dua variabel (Martono, 2015). Dalam penelitian ini, analisis Chi Kuadrat digunakan untuk melihat hubungan secara antara tiga variabel independen yang merupakan unsur modal sosial menurut teori Robert D Putnam, yaitu Jaringan, Norma, dan Kepercayaan dengan variabel dependen Pengembangan desa wisata dengan 5 indikator, yaitu pengembangan desa wisata, yaitu jumlah kunjungan, industri pariwisata, kesiapan skill dan SDM, diversifikasi produk dan aktivitas wisata, serta amenities. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut.

1. **H₀₁**: Tidak terdapat hubungan antara jaringan dengan pengembangan desa

wisata menuju destinasi wisata mandiri di Kabupaten Lombok Tengah.

Ha1: Terdapat hubungan antara jaringan dengan pengembangan desa wisata menuju destinasi wisata mandiri di kabupaten Lombok Tengah.

2. **Ho2:** Tidak Terdapat hubungan antara norma dengan pengembangan desa wisata menuju destinasi wisata mandiri di kabupaten Lombok Tengah.

Ha2: Terdapat hubungan antara norma dengan pengembangan desa wisata menuju destinasi wisata mandiri di kabupaten Lombok Tengah.

3. **Ho3:** Tidak terdapat hubungan antara kepercayaan dengan pengembangan desa wisata menuju destinasi wisata mandiri dunia di kabupaten Lombok Tengah.

4. **Ha3:** Terdapat hubungan antara kepercayaan dengan pengembangan desa wisata menuju destinasi wisata mandiri di kabupaten Lombok Tengah.

Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden mencakup beberapa variabel yang menggambarkan karakteristik berdasarkan kriteria seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan.

Tabel Karakteristik Responden

	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
Usia	<40 tahun	60	60%
	41-55 tahun	35	35%
	> 55 tahun	5	5%
Jenis Kelamin	Laki-laki	92	92%

	Perempuan	8	8%
Tingkat Pendidikan Sekolah	Tidak SD	3	3%
	SMP	18	18%
	SMA/SMK	8	8%
	Diploma	52	52%
	Diploma	1	1%
	Sarjana	17	17%
	Pendapatan < Rp.1.000.000	46	46%
-	Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000	49	49%
	Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000	4	4%
	> Rp.5.000.000	1	1%
Pekerjaan	Pegawai/Guru PNS	4	4%
	Pegawai/Guru Non PNS	26	26%
	Petani	5	5%
	Pelaku UMKM	12	12%
	Wiraswasta	6	6%
	Pemandu Wisata	41	41%
	Pengelola Parkir	4	4%
Nelayan	2	2%	

Sumber: Data primer yang diolah

Untuk kategori usia, mayoritas responden berasal dari kelompok usia muda yaitu 40 tahun ke bawah dengan jumlah 60 orang dan persentase 60%. Hal ini menunjukkan keterlibatan yang tinggi dari generasi muda yang mencerminkan antusiasme mereka dalam aktivitas pariwisata desa, serta potensi mereka

sebagai pelaku wisata yang mana memiliki kemampuan beradaptasi yang besar terhadap perubahan, akses dan pemahaman terhadap teknologi yang luas, inovatif, serta cenderung terbuka terhadap pendatang dari luar desa sehingga dapat mendukung pengemabangan desa wisata. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki yang berjumlah 92 orang dengan persentase 92%. Angka tersebut menunjukkan bahwa dalam kegiatan pariwisata di desa wisata, laki-laki terlibat lebih banyak jika dibandingkan dengan perempuan sehingga menunjukkan ketimpangan dalam partisipasi. Dari segi pendidikan, responden dengan Pendidikan terakhir SMA/SMK menempati urutan pertama dengan jumlah 52 orang dan persentase 52 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan tingkat menengah. Banyaknya lulusan SMA/SMK yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya alasan ingin mencari kerja, serta terdapat anggapan bahwa menempuh pendidikan di perguruan tinggi pada akhirnya bertujuan untuk mencari pekerjaan dan uang, sedangkan apa yang dilakukan sekarang sudah bisa menghasilkan uang (Lestari et al. 2020).

Adapun dari segi pendapatan, mayoritas responden berpenghasilan dalam kisaran Rp.1.000.000-Rp.3.000.000 dengan jumlah 49 orang dan persentase 49%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang terkait dengan kegiatan pariwisata di desa sampel masih berada dalam kategori ekonomi menengah ke bawah. Terakhir,

berdasarkan kategori pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai *tour guide*/pemandu wisata yang berjumlah 41 orang dengan persentase 41%. Sebagian besar dari responden yang menjadi pemandu wisata, yaitu 41% menunjukkan pentingnya sektor ini bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian. Pemandu wisata dapat dikatakan sebagai ujung tombak dalam pengalaman wisata bagi wisatawan, karena melalui pemandu wisata, berbagai informasi menarik mengenai desa wisata baik karakter masyarakat, tempat-tempat yang menjadi spot wisata, sejarah, serta hal-hal unik lainnya di desa wisata mudah didapatkan.

1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya hubungan variabel X (Modal Sosial) terhadap Variabel Y (Pengembangan Desa Wisata). Uji hipotesis dilakukan dengan teknik analisis statistik Chi Kuadrat dengan bantuan program SPSS versi 22.0. Setiap unsur modal sosial masing-masing diuji dengan 5 indikator pengembangan desa wisata, yaitu jumlah kunjungan, industri pariwisata, kesiapan skill dan SDM, diversifikasi produk dan aktivitas wisata, serta amenitas.

Tabel Hasil Uji Chi Kuadrat

No Pengembangan Desa Wisata	Modal Sosial		
	Jaringa n	Norm a	Kepercayaa n
1. Jumlah Kunjungan Wisatawan	0,006	0,000	0,000
2. Industri Pariwisata	0,051	0,000	0,000
3. Kesiapan Skill dan SDM	0,000	0,000	0,004

4. Diversifikasi Produk dan Aktivitas Wisata	0,229	0,061	0,000
5. Amenitas	0,000	0,000	0,000

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data hasil uji Chi Square pada tabel tersebut, didapat kesimpulan sebagai berikut.

1) Hubungan Antara Jaringan Dengan Pengembangan Desa Wisata

- a. Nilai signifikansi P-*Value* jaringan terhadap indikator jumlah kunjungan wisatawan sebesar $0,006 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara jaringan dengan jumlah kunjungan wisatawan. Semakin kuat jaringan sosial, maka jumlah kunjungan wisatawan semakin meningkat.
- b. Nilai signifikansi P-*Value* jaringan terhadap indikator industri pariwisata sebesar $0,051 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara jaringan dengan industri pariwisata. Semakin kuat jaringan sosial, maka industri pariwisata desa semakin berkembang dan memadai.
- c. Nilai signifikansi P-*Value* jaringan terhadap indikator kesiapan skill dan SDM sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara jaringan dengan kesiapan skill dan SDM. Semakin kuat jaringan sosial, maka *skill* atau keterampilan masyarakat semakin meningkat.
- d. Nilai signifikansi P-*Value* jaringan terhadap indikator diversifikasi produk dan aktivitas pariwisata

sebesar $0,229 > 0,1$, artinya tidak terdapat hubungan antara Jaringan dengan diversifikasi produk dan aktivitas wisata desa.

- e. Nilai signifikansi P-*Value* Jaringan terhadap indikator Amenitas sebesar $0,001 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara jaringan dengan amenitas pariwisata. Semakin kuat jaringan sosial, maka amenitas pariwisata semakin memadai.

Secara keseluruhan, jaringan memiliki hubungan yang signifikan terhadap pengembangan desa wisata dengan mayoritas indikator yang memiliki hubungan, yaitu pada indikator jumlah kunjungan wisatawan industri pariwisata, serta kesiapan skill dan SDM, dengan satu indikator yang tidak menunjukkan adanya hubungan, yaitu indikator diversifikasi produk dan aktivitas wisata. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti hubungan erat yang terjalin dalam masyarakat desa ataupun antara masyarakat dengan pihak dari luar dapat meningkatkan potensi-potensi untuk mengembangkan desa wisata di Lombok Tengah. Melalui interaksi dan jaringan kerjasama yang baik, setiap desa dapat mengembangkan dan meningkatkan kesiapan fasilitas serta infrastruktur seperti jalan, fasilitas umum atau amenitas (puskesmas, tempat ibadah, lapangan olahraga, dll), peningkatan keterampilan masyarakat di bidang pariwisata, pengembangan industri pariwisata (*homestay*, restoran, dll), serta pengelolaan potensi alam (Pantai, Hutan, Gunung, Sungai, dll). Penelitian Ningsih & Wijaya

(2023) mengenai modal sosial sebagai strategi penanganan stagnasi dalam pengembangan Desa Wisata Liyangan, menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang aktif dalam pengembangan Desa Wisata Liyangan memberikan kontribusi yang berbeda namun saling melengkapi, di mana paket wisata yang menawarkan berbagai kegiatan tentunya melibatkan masing-masing kelompok.

Meskipun demikian, terdapat kondisi di mana jaringan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan diversifikasi produk dan aktivitas pariwisata. Artinya, jaringan kuat yang terbentuk dalam masyarakat desa belum secara efektif digunakan untuk mendorong kreativitas masyarakat dengan menciptakan produk atau atraksi wisata yang lebih beragam. Hal tersebut juga dapat disebabkan oleh *bridging social capital* yang belum optimal. Oleh karena untuk menghasilkan kreativitas yang lebih beragam, bukan hanya diperlukan *bonding social capital*, tetapi juga *bridging social capital*, karena ide atau inovasi baru tidak hanya didapatkan dari sesama masyarakat desa, tetapi justru banyak didapatkan melalui hubungan dengan pihak eksternal seperti akses pelatihan, teknologi baru, atau kolaborasi dengan travel agent.

2) Hubungan Antara Norma dengan Pengembangan Desa Wisata

a. Nilai signifikansi *P-Value* norma terhadap indikator jumlah kunjungan wisatawan sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara norma dengan jumlah kunjungan wisatawan. Semakin kuat norma, maka jumlah

kunjungan wisatawan semakin meningkat.

- b. Nilai signifikansi *P-Value* norma terhadap indikator industri pariwisata sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara norma dengan industri pariwisata. Semakin kuat norma, maka industri pariwisata desa semakin berkembang dan memadai.
- c. Nilai signifikansi *P-Value* norma terhadap indikator kesiapan skill dan SDM sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara norma dengan kesiapan skill dan SDM. Semakin kuat norma, maka *skill* atau keterampilan masyarakat semakin meningkat.
- d. Nilai signifikansi *P-Value* norma terhadap indikator diversifikasi produk dan aktivitas pariwisata sebesar $0,061 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara norma dengan diversifikasi produk dan aktivitas wisata desa. Semakin kuat norma, maka diversifikasi produk dapat semakin meningkat.
- e. Nilai signifikansi *P-Value* norma terhadap indikator amenitas sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara norma dengan amenitas pariwisata. Semakin kuat norma, maka amenitas pariwisata semakin memadai.

Secara keseluruhan, norma memiliki hubungan yang signifikan terhadap seluruh indikator pengembangan desa

wisata, yaitu jumlah kunjungan wisatawan industri pariwisata, serta kesiapan skill dan SDM, dan diversifikasi produk dan aktivitas wisata. Artinya terdapat hubungan antara norma dan pengembangan desa wisata. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan H_0 ditolak dan H_a 2 diterima. Norma yang memiliki hubungan dengan kelima indikator pengembangan desa wisata menunjukkan bahwa norma berperan penting dalam mengembangkan desa wisata. Norma dapat mengatur bagaimana masyarakat berinteraksi dan bekerja sama, mendorong kesediaan membantu orang lain, serta timbulnya rasa tanggung jawab kolektif yang mengatur masyarakat.

Ketika masyarakat secara normatif saling menghormati satu sama lain, baik sesama masyarakat desa atau antara masyarakat desa dengan wisatawan, maka hal tersebut dapat mendatangkan citra positif bagi desa wisata. Norma kolektif yang mengatur masyarakat untuk saling menjaga dan menciptakan rasa aman, menjaga kelestarian, merawat fasilitas umum atau amenitas, menjaga kebersihan desa, serta berperilaku baik dan ramah kepada orang lain, khususnya wisatawan dapat menciptakan suasana kondusif sehingga dapat mengundang lebih banyak wisatawan bahkan membuat wisatawan ingin datang kembali. Selain itu, norma timbal balik yang berlaku di mana jika pelayanan atau pengalaman pariwisata yang oleh desa wisata berkualitas, maka wisatawan akan puas dan kemungkinan akan kembali lagi bahkan ikut mempromosikan desa wisata. Hal ini mendorong desa wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas,

aksesibilitas, dan memperkaya atraksi wisata untuk memuaskan wisatawan.

Selain itu, norma dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan desa wisata. Masyarakat desa Selong Belanak dan Rembitan secara kolektif berpartisipasi dalam kegiatan menjaga kebersihan, pertemuan-pertemuan yang membahas pariwisata, dan ikut serta dalam kelompok yang berkaitan dengan pariwisata. Penelitian dari Teng et al. (2024) tentang dampak modal sosial terhadap perilaku pemilahan sampah antar pribadi secara sadar oleh penduduk pedesaan di Provinsi Jiangxi, Cina, menemukan bahwa kepercayaan sosial dan norma bersifat komplementer (saling melengkapi) dalam membimbing penduduk pedesaan untuk secara sadar terlibat dalam perilaku pemilahan sampah antar pribadi. Dalam konteks desa wisata, norma dan kepercayaan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, memperkuat norma dalam masyarakat dapat mendatangkan dampak positif karena dapat mendorong pengembangan desa wisata ke arah yang positif.

3) Hubungan Antara Kepercayaan dengan Pengembangan Desa Wisata

- a. Nilai signifikansi P -*Value* kepercayaan terhadap indikator jumlah kunjungan wisatawan sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan dengan jumlah kunjungan wisatawan. Semakin kuat kepercayaan, maka jumlah kunjungan wisatawan semakin meningkat.

- b. Nilai signifikansi *P-Value* kepercayaan terhadap indikator industri pariwisata sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan dengan industri pariwisata. Semakin kuat kepercayaan, maka industri pariwisata desa semakin berkembang dan memadai.
- c. Nilai signifikansi *P-Value* norma terhadap indikator kesiapan skill dan SDM sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan dengan kesiapan skill dan SDM. Semakin kuat kepercayaan, maka *skill* atau keterampilan masyarakat semakin meningkat.
- d. Nilai signifikansi *P-Value* kepercayaan terhadap indikator diversifikasi produk dan aktivitas pariwisata sebesar $0,061 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan dengan diversifikasi produk dan aktivitas wisata desa. Semakin kuat kepercayaan, maka diversifikasi produk dapat semakin meningkat.
- e. Nilai signifikansi *P-Value* kepercayaan terhadap indikator amenities sebesar $0,000 < 0,1$, artinya terdapat hubungan signifikan antara kepercayaan dengan amenities pariwisata. Semakin kuat kepercayaan, maka amenities pariwisata semakin memadai.

Secara keseluruhan, kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap seluruh indikator pengembangan desa wisata, yaitu jumlah kunjungan

wisatawan industri pariwisata, serta kesiapan skill dan SDM, dan diversifikasi produk dan aktivitas wisata. Artinya terdapat hubungan antara kepercayaan dan pengembangan desa wisata. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima. Kepercayaan dapat mewujudkan pengembangan desa wisata lebih lanjut karena dapat menciptakan rasa aman bagi para pelaku wisata di desa. Rasa aman tersebut muncul karena setiap individu yang terhubung dalam jaringan dapat saling mengandalkan dan tidak saling curiga satu sama lain. Dengan demikian, kerjasama yang dilakukan baik antar sesama anggota dalam komunitas lokal desa wisata ataupun dengan pihak eksternal dapat terwujud dengan baik, karena setiap pihak saling mempercayai. Kepercayaan dapat memfasilitasi norma timbal balik yang awalnya bersifat khusus dan transaksional menjadi timbal balik umum. Dalam kasus penelitian ini, responden percaya bahwa masyarakat secara umum bersedia untuk berpartisipasi dan bekerjasama dalam mengembangkan desa wisata. Kerjasama antar sesama anggota masyarakat mendatangkan sikap gotong royong dan sukarela dalam mengembangkan desa wisata. Tanpa kepercayaan, sulit untuk mencapai konsensus, mengoordinasikan kegiatan, mengatasi konflik, serta memperlemah jejaring sosial dalam masyarakat.

Kepercayaan bahkan memberikan dampak positif pada kelembagaan desa. Penelitian Choi et al. (2025) yang mengkaji bagaimana kepercayaan dapat meningkatkan kompetensi pemerintah lokal pada revitalisasi ekonomi regional,

menemukan bahwa kompetensi, keuangan, manusia, dan etika mempengaruhi hasil ekonomi lokal, di mana kepercayaan memperkuat unsur tersebut. Meskipun meningkatkan kompetensi pemerintah lokal dapat menjadi tantangan karena kendala sumber daya dan keterbatasan struktural, memanfaatkan kepercayaan dalam komunitas dapat mengkompensasi sebagian dari kekurangan tersebut (Choi et al, 2025). Dengan meningkatnya kompetensi kelembagaan desa wisata, memberikan efek yang positif dalam pengembangan desa karena perangkat-perangkat atau pengurusnya dapat diandalkan dalam bekerja. Selain berdampak positif terhadap jaringan yang terjalin antar sesama masyarakat desa, kepercayaan juga berperan penting dalam memperkuat jaringan antara desa wisata dengan pihak eksternal seperti wisatawan. Kepercayaan wisatawan sangat penting untuk desa wisata karena dapat mendatangkan respon positif untuk periode-periode selanjutnya. Wisatawan kemungkinan akan datang kembali bahkan mengajak dan mempromosikan kepada orang lain, bahwa desa wisata di Lombok Tengah memberikan pengalaman yang positif terhadap wisatawan. Fenomena ini juga mendorong desa wisata untuk semakin meningkatkan kualitas layanan dan amenities untuk memberikan pengalaman yang terbaik.

2. Kesiapan Desa Wisata Dalam Pengembangan Menuju Destinasi Mandiri

Dalam penelitian ini, kesiapan desa wisata merupakan kesiapan dalam pengembangan menuju menjadi destinasi

wisata mandiri dapat dilihat dari kesiapan komponen-komponen pariwisata yang terdapat di desa-desa wisata yang menjadi sampel penelitian. Menurut Setiawan & Muharis (2024), kesiapan desa wisata dapat dilihat dari tiga komponen/aspek, yaitu kesiapan 3A (amenitas, aksesibilitas, dan atraksi), dukungan pemerintah, dan kesiapan masyarakat.

1) Kesiapan 3A

Berdasarkan data-data dari komponen 3A, yaitu amenities, aksesibilitas, dan atraksi, maka tingkat kesiapan 3A dapat diketahui melalui akumulasi ketiga komponen tersebut.. Terdapat 5 pertanyaan untuk mengukur kesiapan komponen 3A, yaitu mengenai ketersediaan fasilitas umum, ketersediaan fasilitas penunjang pariwisata, kondisi infrastruktur jalan, atraksi berupa produk hasil sumber daya manusia, serta potensi alam, sehingga 5×100 responden = 500 respon. Dari 500 respon, dapat diketahui tingkat kesiapan dengan skala likert berdasarkan akumulasi respon terhadap pertanyaan mengenai memadai atau tidaknya komponen 3A sebagai berikut.

Tabel Kesiapan 3A

No	Tingkat Persepsi	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak Memadai	0	0
2.	Kurang Memadai	45	9
3.	Cukup Memadai	133	26,6
4.	Memadai	182	36,4
5.	Sangat Memadai	140	28

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel tersebut, dapat diketahui tingkat kesiapan

3A secara keseluruhan, yaitu berada pada kategori memadai dengan persentase paling tinggi 36,4 %. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa tingkat kesiapan 3A (Amenitas, Aksesibilitas, Atraksi) desa wisata di Lombok Tengah berada pada kategori siap.

2) Dukungan Pemerintah

Pada dasarnya, dukungan atau peran pemerintah dapat dilihat dari pembangunan infrastruktur yang dibangun dalam rangka pelayanan masyarakat. dan merupakan kebutuhan mutlak di dalam masyarakat.(Sriwati et al.,2024). Akan tetapi, dukungan pemerintah juga dapat dilihat dari seberapa baik pemerintah dalam menjalin hubungan kerjasama dengan masyarakat ataupun dengan pihak swasta. Jika dikaitkan dengan konteks modal sosial, peran pemerintah adalah membangun jaringan sosial.

Tabel Dukungan Pemerintah

No	Tingkat Persepsi	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Buruk	0	0
2.	Kurang Baik	2	2
3.	Cukup Baik	25	25
4.	Baik	60	60
5.	Sangat Baik	13	13%

Sumber: Data primer yang diolah

Karena tidak terdapat variasi pertanyaan atau komponen lain mengenai dukungan pemerintah, maka dapat dinilai berdasarkan data 100 respon pada tabel tersebut. Berdasarkan data mayoritas responden menyatakan dukungan pemerintah baik dengan persentase 60 %, sehingga untuk dukungan pemerintah dapat dikategorikan dalam kategori siap.

3) Kesiapan Masyarakat

Kesiapan masyarakat dalam penelitian ini dilihat dari pengetahuan akan pentingnya pariwisata, sikap masyarakat terhadap pengembangan pariwisata desa, dukungan terhadap pengembangan pariwisata desa, partisipasi dalam kegiatan pengembangan pariwisata desa, dan tingkat keterampilan masyarakat. Dengan demikian untuk mengukur secara keseluruhan tingkat kesiapan masyarakat, sama halnya dengan mengukur tingkat kesiapan 3 A, dilakukan akumulasi terhadap 5 pertanyaan sehingga 5×100 responden = 500 respon. Dari 500 respon, dapat diketahui tingkat kesiapan masyarakat dengan skala likert sebagai berikut.

Tabel Kesiapan Masyarakat

No	Tingkat Persepsi	Jumlah	Persentase (%)
1.	Siap	7	1,4
2.	Kurang Siap	23	4,6
3.	Cukup Siap	81	16,2
4.	Siap	200	40,0
5.	Sangat Siap	189	37,8

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel tersebut, dapat diketahui tingkat kesiapan masyarakat secara keseluruhan, yaitu berada pada kategori siap dengan persentase paling tinggi 40 %. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa tingkat kesiapan masyarakat di desa wisata di Lombok Tengah tergolong dalam kategori siap.

Dengan demikian, berdasarkan hasil perhitungan ketiga aspek kesiapan desa wisata, yaitu 3A (Amenitas,

Aksesibilitas, Atraksi), dukungan pemerintah, dan kesiapan masyarakat, ketiga kategori tersebut menunjukkan kategori siap. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kesiapan desa wisata di Lombok Tengah dalam pengembangan menuju destinasi mandiri tergolong dalam kategori siap.

Kesimpulan

Modal sosial secara keseluruhan memiliki hubungan yang signifikan dengan pengembangan desa wisata di Lombok Tengah. Artinya, dengan meningkatnya Jaringan, norma dan kepercayaan maka indikator pengembangan desa wisata turut meningkat, kecuali dalam kasus jaringan yang tidak memiliki hubungan signifikan dengan indikator diversifikasi produk dan atraksi wisata.

Tingkat kesiapan desa wisata dalam pengembangan menuju destinasi mandiri di Lombok Tengah tergolong dalam kategori siap. Hal tersebut berdasarkan hasil perhitungan ketiga aspek kesiapan desa wisata, yaitu 3A (Amenitas, Aksesibilitas, Atraksi), Dukungan pemerintah, dan Kesiapan masyarakat, ketiga kategori tersebut menunjukkan kategori siap.

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok tengah. (2023). *Kecamatan Praya Barat Dalam Angka 2023*. Diakses dari <https://data.lomboktengahkab.go.id>.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Tengah. (2023). *Kecamatan Pujut Dalam Angka 2023*. Diakses dari

<https://data.lomboktengahkab.go.id>.

Choi, J.-K. (2025). Examining The Impact Of Local Government Competencies On Regional Economic Revitalization: Does Social Trust Matter ?. *System, Vol. 13*.

DiskominfotikNTB. (2019). *Warga NTB Berbahagia dengan 99 Desa Wisata*. Dikutip 6 November 2024, dari <https://diskominfotik.ntbprov.go.id:https://diskominfotik.ntbprov.go.id/post/warga-ntb-berbahagia-dengan-99-desa-wisata638.html>

Injourney Tourism Development Corporation. (2024). *ITDC Mencatat Angka Menggembirakan, Kunjungan Wisatawan Pecah Selama Libur Lebaran Di Kawasan Pariwisata Yang Dikelola*. Dikutip 6 November, 2024, dari <https://www.itdc.co.id:https://www.itdc.co.id/press-release/itdc-mencatat-angka-menggembirakan-kunjunganwisatawan-pecah-selama-libur-lebaran-di-kawasan-pariwisata-yang-dikelola>

Kemenparekraf. (2021). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Dikutip 6 November 2024, dari <https://kemenparekraf.go.id:https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/TrenPariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>

Kemenparekraf. (2023). *Expert Survey: Sektor Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tumbuh Pada 2024*. Dikutip 6 November 2024, dari <https://kemenparekraf.go.id:https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/expert-survey-sektor-pariwisata-danekonomi-kreatif-tumbuh-pada-2024>

Kemenparekraf. (2024). *Desa Wisata Berkembang*. Dikutip Minggu, 2 Maret 2025, dari

- Jadesta.kememparekraf.go.id:
<https://jadesta.kememparekraf.go.id/desa/kategori/72>
- Lestari, M. et al. (2020). *Faktor-Faktor Penyebab Rendahnya Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi (Kasus Pada Remaja Di Desa Sepadu)*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, Vol.9.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ningsih, E. D., & Wijaya, A. (2023). Modal Sosial sebagai Strategi Penanganan Stagnasi dalam Pengembangan Desa Wisata Liyangan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development (IJSED)*, 118-134.
- Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, (2019). *Surat Keputusan Gubernur NTB Nomor 263 Tahun 2019 Tentang Penetapan 99 Lokasi Desa Wisata Di Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2019-2023*. Mataram. Diakses dari :
<https://dinaspariwisata.ntbprov.go.id/>
- Rasyid, F. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial : Teori dan Praktik*. Kediri: STAIN Kediri Press.
- Ringa, M. B., et al. (2019). Peran Pemerintah, Sektor Swasta Dan Modal Sosial Terhadap Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat di Kota Kupang Nusa Tenggara Timur. *Bisman - Jurnal Bisnis & Manajemen*, 30-38.
- Saragih, M. G., et al. (2022). *Manajemen Pariwisata*. Medan: CV. Tungga Esti. Sari, N. K., &
- Setiawan, M. A., & Muharis, M. (2024). Studi Analisis Kesiapan Desa Jelantik Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah menjadi Desa Wisata. *Journal of Tourism and Economic*, 156-166
- Sriwati, E. (2024). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pembangunan. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Makassar, Vol.5*.
- Tangian, D., & Kumaat, H. M. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Manado: Jurusan Pariwisata program Studi D III Perhotelan Politeknik Negeri Manado.
- Teng, Y. (2024). *Study On The Impact Of Social Capital On The Rural Residents' Conscious Interpersonal Waste Separation Behavior: Evidence From Jiangxi Province, China*. *Frontiers in Environmental Science*.
- Putnam, R. D. (2020). *Bowling Alone : The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Putranto, P. (2022). *Uji Statistik Pada Analisis Deskriptif, Asosiatif, dan Komparatif*. Dalam Amrudin, et al. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (hal. 129). Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Wirdayanti, et al. (2019). *Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.