

Modal sosial dan Desa Wisata: Jejaring BUMDes dalam Mengelola Wisata Lembah Pulutan Kabupaten Gunung Kidul

¹Muhammad Rezki, ^{2*}David Safri Anggara

¹Departemen Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan UGM,
Yogyakarta, Indonesia.

Abstract

Resources in social capital are not in the form of materials, skills or goods but social relations. Social relations are meaningless if they do not provide benefits for the actors. It's not how many social relations there are, but how effective social relations are, especially in empowering people. This article aims to examine the BUMDes network in managing valley tourism in Pulutan Village, Gunungkidul Regency. Researchers used a qualitative descriptive method using a social capital approach. Researchers interviewed related parties such as BUMDes, traders and visitors. The results of the study show that BUMDes have an effective network with traders even though there are opportunities bringing investors. The relationship between BUMDes and traders is a partnership. This network is strengthened by trust and norms. The trust that viral tourism is due to the prayers of traders and realtors as people who can be trusted. The norm of those actors is seen in the free pot tea concept. This is in line with development not only access to resources and increasing welfare but also the community as the subject of development obtains social and economic benefits from development, especially the development of tourist villages.

Keywords: Network, Trust, Norm, Pulutan Village Valley Tourism, BUMDes.

Sumber daya dalam modal sosial bukan dalam bentuk materi, keterampilan atau barang melainkan relasi sosial. Relasi sosial tidak berarti jika tidak memberikan manfaat bagi para aktor. Bukan seberapa banyak relasi sosial tetapi seberapa efektif relasi sosial terutama dalam memberdayakan masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji jejaring BUMDes dalam mengelola wisata lembah desa Pulutan Kabupaten Gunungkidul. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan modal sosial. Peneliti mewawancarai pihak-pihak terkait seperti BUMDes, Pedagang dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak BUMDes memiliki jaringan yang efektif dengan pedagang walaupun ada peluang untuk mendatangkan investor. Relasi antara BUMDes dan Pedagang merupakan relasi kemitraan. Jaringan ini diperkuat dengan keyakinan dan norma. Keyakinan bahwa wisata lembah viral karena doa dari pedagang dan reputasi pengelola sebagai orang yang dapat dipercaya. Norma kedua aktor terlihat dalam konsep teh poci gratis. Ini sejalan bahwa pembangunan bukan hanya akses ke sumber daya dan peningkatan kesejahteraan melainkan juga masyarakat selaku subjek pembangunan memperoleh manfaat sosial dan ekonomi dari pembangunan terutama pembangunan desa wisata.

Kata Kunci: Jaringan, Keyakinan, Norma, Wisata Lembah Desa Pulutan, BUMDes

***Author Correspondence:** Muhammad Rezki email: muhammadrezki1999@mail.ugm.ac.id, David Safri Anggara Email: davidsafrianggara@mail.ugm.ac.id

Copyright © 2023 Muhammad Rezki, David Safri Anggara

Pendahuluan

Usman (2018) menerangkan bahwa salah satu karakteristik modal sosial komunitas ditandai dengan jejaring yang memfasilitasi relasi-relasi sosial. Kalangan sarjana yang berfokus pada modal sosial meletakkan jaringan sebagai elemen modal sosial. Jejaring dapat saja berbentuk penghubung yang melibatkan broker atau tanpa penghubung karena interkoneksi yang kuat. Jejaring sebagai elemen modal sosial mampu mendatangkan manfaat sosial ekonomi di berbagai bidang. Termasuk dalam pengelolaan desa wisata.

Kajian mengenai modal sosial menarik para sarjana untuk melihat modal tersebut dalam pengelolaan pariwisata terutama desa wisata (Hwang & Stewart, 2017; Puspitaningrum & Lubis, 2018; Utami, 2020; Pradana & Istriyani, 2020; Nursalim et al., 2021). Pengelolaan wisata terutama dilakukan oleh BUMDes (Ihsan & Setiyono, 2018; Listyorini et al., 2020; Rini et al., 2020). Artikel ini berupaya menambah kajian di atas dengan menyoroti aspek jejaring secara spesifik dalam pengelolaan wisata desa. Relasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang luas tidak berarti jika tidak dimanfaatkan. Walaupun dimanfaatkan, hal itu membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Ada harga yang harus dibayar. Kalaupun terjadi, manfaat sosial ekonomi terbagi-bagi antara pengelola wisata dengan pemilik modal.

Salah satu desa wisata yang dikelola oleh BUMDes adalah Desa Pulutan Kabupaten Gunung Kidul. Informasi yang peneliti dapatkan adalah wisata ini lebih mengupayakan pengelolaannya oleh masyarakat desa. Keterlibatan masyarakat

desa dalam pengelolaan wisata lembah tergambar dari konsep “teh poci gratis”. Sebuah gagasan yang pertama kali ada di Gunungkidul. Wisata ini digagas pertama kali pada November 2019 oleh BUMDes. Setelah itu, pelibatan terdiri dari pemerintah dan masyarakat desa. Dalam prosesnya, implementasi gagasan sempat terhenti. ditambah pandemi covid-19 yang membatasi aktivitas kepariwisataan. Hingga akhirnya, masyarakat terlibat penuh baik melalui lembaga-lembaga informal seperti kelompok peduli wisata dan kelompok kewirausahaan setelah wisata resmi dibuka. Menarik untuk dicermati, Desa Pulutan memiliki beberapa potensi. Agrikultur merupakan potensi primer Desa Pulutan (Tin et al., 2022). dari potensi utama ini, agrikultur memiliki sub potensi yaitu wisata keluarga berbasis edukasi. Apalagi desa telah menerapkan sistem mina padi (penanaman padi dan budidaya ikan dalam satu tempat). Hal ini ditambah keindahan alam yang dihadirkan sehingga menarik wisatawan untuk mengabadikan momen melalui dokumentasi gambar.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji jejaring BUMDes dalam mengelola wisata lembah desa Pulutan kabupaten Gunung Kidul. Adanya peluang untuk mendatangkan investor dari luar desa dalam membangun wisata lembah tidak dimanfaatkan oleh BUMDes Maju Mandiri. Pihak pengelola berupaya memperkuat jaringan dengan masyarakat desa untuk menjaga keberlanjutan pembangunan desa wisata. Relasi pengelola dengan masyarakat disebut sebagai kemitraan. Dampaknya, baik pengelola maupun masyarakat memperoleh manfaat sosial ekonomi. Disamping, retribusi yang harus dibayar wisatawan ke tempat wisata relatif terjangkau. Jaringan ini diperkuat

oleh norma dan nilai positif terhadap perkembangan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah informasi dari narasumber terkait, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen (Moleong:2004). Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui jaringan modal sosial dalam pengelolaan wisata lembah desa dari subjek yang diteliti.

Untuk mendapatkan data, peneliti menggunakan observasi dan wawancara (Idrus, 2009:62). Peneliti mewawancarai pengurus BUMDes dan pedagang kuliner sebagai representasi aktor-aktor yang mengembangkan modal sosial. Selain itu, peneliti juga mewawancarai pengunjung untuk mendapatkan informasi mengenai wisata lembah. Wawancara dilakukan secara mendalam. Setelah data diperoleh, peneliti melakukan analisis data untuk menghindari sebaran informasi yang tidak terkait dengan tujuan penelitian. Analisis data dimulai dari mereduksi data, mengelompokkan data lalu menarik kesimpulan. Observasi intens dilakukan melalui beberapa kali kunjungan ke tempat wisata. Adapun wawancara dilakukan pada tanggal 14 Januari 2023.

Kerangka Teori

Modal Sosial

Sebagian besar, teori modal sosial mengacu pada sarjana-sarjana seperti Bourdieu, Coleman, Putnam, Fukuyama dan Nan Lin (Usman, 2018:21-37). Namun, semuanya memiliki kesamaan bahwa modal

sosial merupakan sumber daya yang mampu mendatangkan manfaat sosial atau ekonomi melalui kegiatan produktif. Sumber daya tersebut bukan berupa uang, keterampilan, pengetahuan ataupun barang melainkan berupa relasi sosial. Dalam modal sosial terdapat *trust*, norma dan jaringan.

Berbicara mengenai sumber daya, berarti juga berbicara mengenai masalah distribusi sumber daya. Hal ini terbingkai dalam konsep modal sosial Bourdieu (1992) bahwa modal sosial merupakan sumber daya yang aktual maupun potensial, jejaring dan relasi-relasi yang saling menghargai dan saling memberi perhatian. Dalam kehidupan nyata, sumber daya tersebut tidak terdistribusi secara merata ke aktor-aktor yang menjalin relasi sosial. Akan ada aktor yang dominan, menengah dan aktor yang submisif. Distribusi modal sosial berikut manfaatnya akan lebih banyak beredar di kalangan aktor yang dominan. Pandangan ini tidak terlepas dari sosiologi konflik bahwa dalam masyarakat terdapat hirarki, yaitu bahwa pemilik modal mengeksploitasi kaum proletariat.

Sebaliknya, Coleman (1988) mampu menunjukkan bahwa modal sosial bukan hanya dimiliki dan dimanfaatkan oleh aktor dominan (sepaimana tradisi sosiologi konflik) melainkan dapat pula dimanfaatkan oleh kelompok lemah dan masyarakat marginal. Menurutnya, modal sosial adalah representasi sumber daya yang di dalamnya terdapat relasi timbal balik yang saling menguntungkan serta jejaring sosial yang melembagakan *trust*. Lebih jauh, konsep yang ditawarkan berupa obligasi dan harapan. Obligasi merupakan kewajiban yang harus dilakukan untuk melembagakan relasi sosial yang menguntungkan. Sedangkan harapan adalah sebuah keyakinan bahwa suatu

hari nanti, apa yang diberi akan diterima kembali walau dengan bentuk yang berbeda. Implikasinya, masyarakat hidup teratur dalam satu kesatuan sistem sebagaimana yang dijelaskan dalam sosiologi fungsionalisme struktural.

Penjelasan Putnam (2000) sama seperti yang dikonsepsikan oleh Coleman bahwa modal sosial melekat dalam relasi-relasi sosial. Modal sosial dibangun melalui jejaring sosial. Dalam modal sosial terdapat elemen-elemen seperti *trust* yaitu nilai positif terhadap perkembangan, nilai atau norma yang patut dipegang atau sanksi jika dilanggar serta jaringan sebagai wadah kegiatan sosial terutama dalam bentuk asosiasi sukarela.

Namun, penjelasan modal sosial tidak sesederhana pandangan di atas. Hal ini dikarenakan modal sosial yang bersifat tidak kasat mata dan hanya mampu diidentifikasi jika aktor-aktor menjalin relasi sosial (Usman, 2018:5). Apalagi jika modal sosial diidentifikasi dalam aktor individual yang notabene memiliki irisan tipis dengan modal manusia (*human capital*) kecuali setelah aktor tersebut menjalin relasi. Lain halnya dengan modal sosial dalam bentuk komunitas atau masyarakat.

Untuk menganalisis modal sosial dalam komunitas atau masyarakat, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dalam level mezzo, yang perlu diidentifikasi adalah kelompok-kelompok yang terlibat dalam kegiatan komunitas. Kelompok-kelompok tersebut perlu diketahui baik mengenai tujuan, program, kegiatan spesifik yang dilakukan dalam rangka tujuan komunitas, sumber pendanaan maupun aktor-aktor yang ada di dalamnya. Selanjutnya adalah dengan melihat koordinasi dan kerja sama antara kelompok satu dengan kelompok lainnya. Dari

koordinasi dan kerja sama akan dianalisis dimensi kultural dan struktural dari modal sosial.

Dimensi kultural dan struktural tidak terlepas dari karakteristik masyarakat. Komunitas (*gemeinschaft*) masyarakat di pedesaan diikat oleh kekerabatan dan tradisi. Kedua hal ini dipegang teguh masyarakat dengan hasrat untuk membantu meningkatkan kesejahteraan semua orang. Durkheim menambahkan kalau ikatan-ikatan sosial didasarkan pada perasaan-perasaan bersama dan nilai-nilai norma bersama (Macdonis, 2017:602). Sulit untuk membangun relasi pada pihak-pihak yang baru dikenal. Interaksi yang lama, dapat menjadi cara untuk melihat apakah pihak tertentu memiliki reputasi orang yang dapat dipercaya atau sebaliknya (Fukuyama, 1999:209-210). Intensitas interaksi tergambar dari kehidupan sehari-hari masyarakat pedesaan.

Hasil dan Pembahasan

Sebuah desa di Kabupaten Gunungkidul mampu mengelola wisata lembah desa tanpa investasi pemilik modal. Wisata sederhana yang menawarkan konsep pertanian, konsep keluarga dan konsep kuliner tradisional khas desa. Masyarakat sebagian besar berprofesi sebagai petani. Apalagi di kawasan lembah pulutan yang terletak di Dusun Temu memiliki cadangan air yang melimpah. Hal ini mampu membuat masa tanam maupun panen sebanyak tiga kali dalam setahun. Air yang melimpah juga digunakan untuk budidaya ikan. Potensi ini dilihat oleh pengelola BUMDes Maju Mandiri untuk menjadi kawasan wisata.

Informasi yang peneliti terima dari pihak pengelola bahwa untuk menjadi desa wisata diperlukan studi banding terlebih

dahulu ke desa-desa wisata yang ada di Kulon Progo, Bantul, Sleman dan Purworejo untuk mengamati, meniru dan memodifikasi sesuai potensi desa. Langkah selanjutnya adalah menuangkannya dalam *master plan*. Diperlukan pula dana berupa materi yang cukup besar dalam membangun infrastruktur desa wisata. Dana tersebut berupa pinjaman dari Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), dana desa maupun dana dari BUMDes Pulutan itu sendiri.

Ada potensi untuk mendatangkan investor dalam pembangunan wisata lembah. Informasi dari pihak pengelola bahwa terdapat tiga pedagang makanan yang bersedia untuk mendirikan bangunan di wisata lembah. Semacam warung makan. Sebuah kesempatan untuk membangun wisata tanpa perlu mengeluarkan dana besar dari pihak pengelola. Namun hal ini justru tidak dimanfaatkan oleh BUMDes Maju Mandiri. Pihak pengelola melihat bahwa tidak ada pemberdayaan masyarakat disitu. Apalagi terdapat pedagang yang sudah terlebih dahulu berjualan. Kalau disingkirkan tidak mungkin terjadi.

Pihak pengelola kemudian merubah konsep wisata lembah. Perubahan ini ditandai dengan pelibatan masyarakat yang ada di desa untuk bermitra dengan BUMDes yaitu menjadi pedagang kuliner. Pedagang ini yang kemudian berjualan di kawasan wisata lembah desa Pulutan. Hasil observasi peneliti terlihat ada 25 kios yang berdiri. Kemitraan ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat yang berjualan.



Sumber: Hasil Olahan Wawancara

Pedagang yang diwawancarai mengemukakan bahwa terdapat aneka hidangan yang dijual. Aktivitas menjual mampu meningkatkan perekonomian mereka. Ada pedagang yang sebelumnya berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan ada yang sebelumnya berprofesi sebagai petani. Pendapatan yang mereka terima bisa mencapai empat sampai lima juta dari hasil berdagang. Selain itu, konsep yang menarik dari wisata lembah pulutan adalah konsep teh poci gratis. Dengan membayar Rp5000, pengunjung akan diberikan hidangan teh hangat. Pihak pengelola maupun pedagang memberikan keterangan bahwa nominal tersebut akan dibagi dua. Rp 2.500 akan diterima pedagang dan sisanya untuk pihak pengelola.

Pihak pengelola menerangkan bahwa pedagang menikmati proses pemberdayaan. dan mereka senang karena hal tersebut mampu mendatangkan pendapatan tambahan. Di sisi lain, wisata lembah desa menjadi terkenal di kalangan wisatawan. Hal ini bukan hanya dari peran pihak pengelola tetapi juga masyarakat sekitar.

"...Mereka menikmati dalam arti untuk rezeki. Seneng. karena memang tadi, prosesnya sama.

....Yang kedua melibatkan Allah Swt. itu konsep kami. Saya tidak bilang lembah

desa besar karena kami. Tapi bisa jadi karena mereka-mereka yang tiap malam berdoa. Semakin banyak yang terlibat, semakin banyak yang berdoa, kan semakin berkembang rezeki kami"

Pihak BUMDes juga menambahkan bahwa selain menjadi pedagang, masih ada keterlibatan masyarakat. Keterlibatan mereka seperti menjadi petugas piket karcis, petugas parkir dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis). BUMDes (Unit wisata desa) dan Pokdarwis sama-sama mengurus wisata lembah. Agar tidak tumpang tindih, Pokdarwis memiliki wewenang dalam ranah kegiatan pariwisata seperti outbound, kegiatan pentas atau acara sedangkan BUMDes dalam ranah fasilitas.

Potensi dan peluang di wisata lembah desa menarik masyarakat sekitar. Menurut pihak pengelola, masih banyak masyarakat yang antri untuk dapat menyewa kios di wisata lembah desa. Namun mereka diarahkan untuk melihat peluang yang ada seperti menjadi pemasok bahan makanan untuk pedagang baik pisang maupun tempe. Kebutuhan pedagang akan bahan tersebut sangat tinggi.

Jejaring yang ditunjang oleh *Trust* dan Norma

Aspek jaringan dari informasi di atas menerangkan bahwa pengelola menjalin relasi dengan masyarakat yang dinamakan hubungan kemitraan. Modal sosial dapat terlihat ketika aktor-aktor menjalin relasi dalam suatu komunitas. Aktor tersebut adalah BUMDes Pulutan dan masyarakat desa yang menjadi pedagang kuliner. Pihak BUMDes memiliki relasi yang luas namun, secara kualitas jaringan yang efektif ada pada relasi dengan pedagang sehingga mereka dapat mengembangkan wisata lembah. Relasi

kedua aktor dilandasi oleh *trust* dan norma sehingga modal sosial mereka dikatakan kuat. Modal sosial menjadi lemah ketika komitmen para aktor lemah, ikatan yang kabur dan tidak terpelihara (Usman, 2018:19).

Kedua, para aktor memiliki *trust* atau nilai-nilai positif terhadap perkembangan. *Trust* diartikan sebagai keyakinan yang terdapat dalam diri aktor sebagai entitas jaringan bahwa mereka tidak akan saling melukai, ingkar janji maupun dusta dan sebaliknya mereka akan senantiasa memelihara kesadaran, sikap dan tindakan kolektif untuk mencapai tujuan dan kesejahteraan bersama (Usman, 2018: 11). Pihak BUMDes meyakini bahwa wisata lembah yang menjadi viral tidak terlepas dari kontribusi pedagang. Salah satu hal itu boleh saja merupakan doa dari mereka. Sebaliknya, pedagang meyakini bahwa dengan bermitra dan berwirausaha di wisata lembah, maka peluang sosial dan ekonomi terbuka. Masyarakat tidak ragu untuk bekerja sama dengan pihak pengelola karena reputasi dari pihak pengelola yang dapat dipercaya. Reputasi sebagai pihak yang dapat dipercaya merupakan alasan mengapa orang mau bekerja sama (Fukuyama, 1999:209-210). BUMDes Maju Mandiri dapat saja mendatangkan investor (yang memiliki modal finansial besar) untuk membangun wisata lembah. Namun pengelola lebih memilih untuk menjalin kemitraan dengan masyarakat dalam rangka pemberdayaan. Pembangunan bukan saja mengenai akses terhadap sumber daya ataupun peningkatan kesejahteraan, melainkan juga bagaimana masyarakat memperoleh manfaat sosial ekonomi selaku subjek pembangunan terutama pembangunan wisata desa (Puspitaningrum & Lubis, 2018).

Sikap *trust* dalam aktor-aktor tersebut dapat dilihat dari tanggung jawab masing-masing aktor dalam mengelola desa wisata. Pihak BUMDes memiliki tanggung jawab dalam pembukaan kesempatan berwirausaha, penyediaan fasilitas desa wisata. Adapun pedagang memiliki tanggung jawab dalam melayani wisatawan yang masuk dengan menyediakan minuman gratis. Aktor lain seperti Pokdarwis, memiliki tanggung jawab dalam kegiatan wisata seperti acara, pentas seni maupun kegiatan lainnya. Sebagaimana informasi yang disebutkan bahwa antara Unit desa wisata dan Pokdarwis memiliki tanggung jawab yang berbeda. Pengelolaan wisata tidak dapat berjalan ketika terjadi tumpang tindih tupoksi antara BUMDes dan Pokdarwis (Listyorini et al, 2020).

Ketiga, para aktor memiliki norma dalam pengelolaan desa wisata. Baik pihak BUMDes maupun pedagang memiliki kesepakatan bersama yang terlihat dalam konsep *teh poci gratis*. Pengunjung yang datang ke wisata lembah akan mendapatkan minuman gratis setelah membayar Rp5000. Nominal ini nantinya akan dibagi dua antara BUMDes dan masyarakat. Kedua aktor sama-sama memperoleh manfaat ekonomi. Tidak hanya itu, pengunjung juga mendapatkan manfaat karena retribusi dan biaya masuk ke wisata relatif terjangkau.

Kesimpulan

Jejaring BUMDes lebih efektif melalui relasi dengan pedagang. Relasi kedua aktor disebut sebagai relasi kemitraan disebabkan pedagang bukan merupakan pegawai BUMDes. Walaupun ada peluang untuk mendatangkan investor, pihak pengelola lebih memilih untuk membuka kesempatan

sosial ekonomi kepada masyarakat dalam rangka pemberdayaan. Jaringan ini diperkuat oleh *trust* dan norma yang dimiliki oleh kedua aktor. Pengelola meyakini bahwa wisata lembah bisa berkembang karena “doa-doa” dari pedagang sedangkan pedagang meyakini bahwa dengan bermitra dan berwirausaha membuka akses sosial dan ekonomi. Apalagi pengelola memiliki reputasi sebagai pihak yang dapat dipercaya. Selain *trust*, relasi kedua aktor diperkuat oleh kesepakatan yang terlihat dari konsep “*teh poci gratis*” bagi para pengunjung ketika masuk ke tempat wisata. Keuntungan dari tiket masuk akan dibagi dua antara pengelola dan pedagang. Pengunjung juga mendapatkan keuntungan karena disediakan minuman gratis sekaligus retribusi yang relatif terjangkau.

Akhirnya, beberapa keterbatasan dalam artikel ini perlu dikaji kedepannya. Pertama, karena artikel ini membahas mengenai implikasi jaringan BUMDes dalam mengelola desa wisata, kajian ini belum dapat mengevaluasi apakah pengelola BUMDes dengan orang yang berbeda memiliki *politic will* yang sama (untuk pemberdayaan masyarakat). Kedua, artikel ini belum dapat menginvestigasi relasi BUMDes dengan kelompok sadar wisata secara spesifik. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengisi kekurangan penelitian ini.

Daftar Pustaka

Ihsan, N. A. (2018). Analisis Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Gerbang Lentera Sebagai Penggerak Desa Wisata Lerep. *Journal of Politic and Government Studies* 7(04): 221–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/21911>.

- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of *Human capital* Author. *The American Journal of Sociology* 94(Supplement): S95–120.
- Rini, D., Silvi, W. and Tarigan, M. I. (2020). Pemanfaatan Wisata Mata Air Yang Dikelola Oleh Bumdes Di Desa Belik. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat* (Janayu) 1(1): 75–81.
- Fukuyama, F. (1999). *Guncangan Besar: Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hwang, Doohyun, and William P. Stewart. (2017). Social Capital and Collective Action in Rural Tourism. *Journal of Travel Research* 56(1): 81–93. <https://doi.org/10.1177/0047287515625128>
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Listyorini, H., Aryaningty, A.T., Wuntu, G. and Aprilliyani, R. (2022). Merintis Desa Wisata, Memperkuat Kerjasama Badan Usaha Milik Desa Dan Kelompok Sadar Wisata. *Kacanegara Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 5(1): 67–74.
- Macionis, J. J. (2017). *Sociology Sixteenth Edition Global Edition*. London: Pearson Education.
- Moleong, L.J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- Pradana, M. Y. A., & Istriyani, R. (2020). Sepakat-Sepaket: Modal Sosial Politik Masyarakat Kaliterek Dalam Mewujudkan Desa Wisata. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 6(2): 138.
- Puspitaningrum, E., & Lubis, D.P. (2018). Modal Sosial Dan Partisipasi Masyarakat (Social Capital and Community Participation in the Development of Tamansari Tourism Village in Banyuwangi Regency). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 2(4).
- Tin, A.E.I., dkk. (2022). Potensi Desa Pulutan. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(3): 309-316.
- Usman, S. (2018). *Modal Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yanti, V. (2020). *Dinamika Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial Dan Norma*. Reformasi 10: 34–44. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/reformasi/index>.