



Agensi Kelembagaan Modal Sosial Dalam Tata Kelola Wisata Bahari di Pantai Martajasah, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur

Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 2024

Vol. 05 (2), 107-122

© The Journal, 2024

DOI: 10.36256/ijtl.v5i2.408

<https://journal.lasigo.org/index.php/IJTL>

Lasigo Journal

Article History

Received : March 12nd, 2024

Revised : October 15th, 2024

Accepted : October 25th, 2024

Edy Purwanto

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia.

edy.purwanto@trunojoyo.ac.id

Hetti Mulyaningsih

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia.

hetti.mulyaningsih@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

This article aim to explore the social capital strategy in marine tourism governance which crucially contributes as strength and resilience in maintaining the sustainability principles of tourist destinations that are experiencing the challenges of social change. This study uses the theory of practice social capital approach from Pierre Bourdieu with qualitative research methods and an analytical-case approach using observation techniques, in-depth interviews and focus group discussions which are concentrated on the aspect of tourism governance. The findings of this study succeeded in revealing that the cross-sectoral institutional agency network model in Martajasah beach produced a “capital reproductive strategy” and “capital conversion strategy”. First, the existence of the capital reproduction strategy has succeeded in urging the authorities of the “state apparatus” in spreading network to collaborate between the tourism office, the marine service and private companies. Second, the conversion strategy seeks to be intertwined with community leaders, NGOs and educational institutions as a trinity of “institutionalized cultural capital” which has the “rules of the game” in exchanging social capital into cultural capital to support the quality of tourism attraction governance through donations and training. Capital reproduction strategy and capital conversion strategy are the power of social capital where resources can be accumulated in turning vulnerability into resilience so that Martajasah beach can be maintaining the “status quo” as a leading tourist destination in the dynamics of social change. *Martajasah Beach; Social Capital; Social Network*

Keywords: Martajasah Beach; Social Capital; Social Network

ABSTRAK

Tulisan ini berupaya untuk mengeksplorasi strategi modal sosial dalam tata kelola wisata bahari yang secara krusial berkontribusi sebagai kekuatan dan ketahanan dalam menjaga prinsip keberlanjutan dari objek wisata yang mengalami tantangan perubahan sosial. Kajian ini menggunakan pendekatan *Theory of Practice Social Capital* dari Pierre Bourdieu dengan metode penelitian kualitatif serta pendekatan *analytical-case approach* menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam serta *focus group discussion* yang berfokus pada aspek tata kelola wisata.

Corresponding Author

Name : Edy Purwanto

Email : edy.purwanto@trunojoyo.ac.id

Temuan penelitian ini berhasil mengungkapkan bahwa model jaringan agensi kelembagaan lintas sektoral di pantai Martajasah menghasilkan strategi reproduksi dan strategi konversi kapital. Pertama, strategi reproduksi kapital berhasil mendesak otoritas “*state apparatus*” dalam membentangkan jaringan untuk berkolaborasi antara dinas pariwisata, dinas kelautan, dan Perusahaan Swasta. Kedua, strategi konversi berusaha dijalin dengan tokoh masyarakat, LSM dan lembaga pendidikan sebagai trinitas “*institutionalized cultural capital*” yang memiliki “*rules of the game*” dalam mempertukarkan kapital sosial menjadi kapital budaya dalam mendukung kualitas tata kelola objek wisata melalui donasi dan pelatihan. Strategi reproduksi kapital dan strategi konversi kapital inilah yang memberikan kekuatan modal sosial sehingga sumber daya dapat terakumulasi dalam mengubah kerentanan menjadi ketahanan sehingga pantai Martajasah dapat mempertahankan “*status quo*” sebagai objek wisata unggulan di tengah dinamika perubahan sosial.

Kata Kunci: Pantai Martajasah; Modal Sosial; Jaringan Sosial

1. Pendahuluan

Diskursus strategi pembangunan sangatlah dinamis, dimana respon publik terhadap berbagai problem sosial adalah kritik dan otokritik terhadap teori dan strategi pembangunan, oleh sebab itu dibutuhkan modal strategi pembangunan baru berbasis pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development* (Adis et al., 2019). Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bangkalan Tahun 2020 yang tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bangkalan pada tahun 2020-2035, disebutkan bahwa wisata bahari (pantai) merupakan salah satu sektor unggulan yang menyokong cukup besar dari pendapatan daerah Kabupaten Bangkalan. Pengelolaan Pariwisata menjadi salah satu fokus utama pembangunan daerah Kabupaten Bangkalan yang juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan mengurangi kesenjangan sosial dimana Kabupaten Bangkalan memiliki tempat-tempat wisata yang bagus, seperti pantai, bukit, tempat ziarah dan wisata lainnya. Namun sayangnya, keindahan tersebut belum banyak diketahui karena kurangnya promosi wisata (Putri et al., 2023).

Pantai Martajasah merupakan salah satu objek Wisata bahari di Kabupaten Bangkalan yang baru saja diresmikan. Berbagai program perluasan Kawasan wisata sedang digalakkan disepanjang bibir Pantai seperti riset strategis sebelumnya menemukan strategi pengembangan Ekowisata Mangrove Martajasah adalah bertunpu pada meningkatkan kualitas dan kuantitas pasir putih, menambah panjang pantai, meningkatkan ketersediaan agen perjalanan untuk mempermudah wisatawan menuju Ekowisata Mangrove Martajasah serta meningkatkan jumlah sarana dan prasarana di lokasi Ekowisata Mangrove Martajasah (Farid et al., 2023). Wisata Pantai Martajasah masuk kedalam Zona Perkembangan Wilayah 1 yang berkonsentrasi pada Agropolitan, Pariwisata dan Kuliner. Hal ini sesuai dengan Informasi Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bangkalan yang telah menerbitkan dokumen Sistim Inovasi Daerah (SIDa). Dokumen SIDa memberikan konsentrasi yang besar terhadap pengembangan pariwisata, antara lain telah memetakan zona-zona yang memiliki potensi besar bagi pengembangan pariwisata (Balitbangda, 2019). Zonasi wilayah pengembangan SIDa Kabupaten Bangkalan terbagi dalam 5 zona, dimana Pantai Martajasah masuk kedalam zona pengembangan pariwisata yang dikonsentrasikan di Zona Perkembangan Wilayah I yang meliputi Kecamatan Socah, Burneh, Bangkalan dan Tragah yang cukup rentan. Berdasarkan aspek kerentanan yang ada dalam objek wisata Pantai Martajasah, Madura maka tata kelola Wisata bahari Pantai Martajasah ini perlu memperkuat aspek modal sosial sebagai ketahanan dalam menciptakan keberlanjutan wisata. Diantara aspek yang menentukan perkembangan dan keberlanjutan pariwisata adalah aspek kelembagaan dan masyarakat dimana faktor-faktor yang mendasari keberlanjutan wisata diantaranya: (1). Pengoptimalan Sumber Daya Manusia, (2).

Analisis Kerentanan Sosial, (3). Fokus Konservasi, (4). Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat, (5). Promosi Pariwisata, (6). Peningkatan Infrastruktur (Raja et al., 2022).

Dibalik aspek kerentanan yang ada, objek Wisata bahari Pantai Martajasah terletak di daerah Martajasah Kecamatan Bangkalan, memiliki lokasi yang sangat strategis dimana pantai ini berdekatan dengan Masjid Syaikhona Kholil yang telah menjadi Destinasi Wisata Religi yang ikonik di Kota Bangkalan. Sebagai Destinasi Bahari yang masih terbilang baru yang dikelola menggunakan Anggaran BUMDes oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Martajasah memiliki sejumlah potensi untuk dikembangkan. Area Pantai ini memiliki sejumlah fasilitas umum seperti Toilet dan Tempat Ibadah serta telah terdapat rumah makan Long Gledhek yang menjual beranekaragam hidangan laut. Pantai ini juga berada di kawasan Hutan Mangrove yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Namun, bagaimana komunitas Masyarakat dalam hal ini “Pokdarwis” masih memiliki keterbatasan sumber daya maka hal ini yang menjadi kerentanan tersendiri dari objek wisata Pantai Martajasah. Ruang publik memiliki hubungan dengan komunitas. Bahwasanya lingkungan yang buruk memperburuk keadaan sosial penduduk dan memicu perilaku bencana, dan kebebasan bergerak serta kesempatan untuk berkembang (Phetkongtong & Nulong, 2022).

Sebagai Destinasi Wisata bahari yang telah mendapatkan dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bangkalan. Pantai Martajasah perlu mendapatkan perhatian dan pengawasan. Dalam upaya mengoptimalkan sumber daya materiil yang digelontorkan oleh Pihak Pengelola dan juga Pemerintah Kabupaten Bangkalan, maka tata kelolawisata ini perlu memiliki aspek keberlanjutan. Dalam upaya pengembangan destinasi pariwisata yang menitikberatkan pada pariwisata berkelanjutan maka idealnya perlu memperhatikan beberapa aspek penting seperti; berkelanjutan secara lingkungan, ekonomi serta aspek sosial budaya. Sehingga, pengembangan objek pariwisata ini dapat senantiasa menitikbertakan pada aspek pembangunan dan aspek berkelanjutan yang berdaya saing tinggi dengan menerapkan Sapta Pesona Wisata pada setiap destinasi pariwisata (Kanom et al., 2020).

Modal Sosial merupakan salah satu sumber daya yang menopang keberhasilan suatu pembangunan pariwisata. Studi literatur sejenis mengungkapkan bahwa agensi kelembagaan Menunjukkan peran keterlibatan masyarakat dalam pariwisata terjadi karena “digerakan” atau “dilibatkan” oleh pemerintah atau pihak ketiga seperti NGO, universitas, pihak swasta, atau individu tertentu yang memiliki perhatian dan kepedulian. Aktor-aktor tersebut yang memiliki inisiatif dan gagasan awal sedangkan masyarakat mengikuti, turut memodifikasi, berbagi pengelolaan, atau bahkan dapat mengambil alih pengelolaan (Rosadi, 2021). Kemudian literatur lainnya menyebutkan betapa agensi kelembagaan juga ditentukan oleh peran perempuan dalam mendorong pariwisata (Komalasari et al., 2023). Namun penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana agensi kelembagaan hadir karena adanya perluasan arena, habitus dan pertukaran kapital sebagai modal sosial dalam pengembangan objek pariwisata.

Dalam hal ini, Modal Sosial (*Social Capital*) menjadi sumber daya non-materiil yang dapat memproduksi kapital, memaksimalkan potensi dan kerjasama sekaligus menyeimbangkan tatanan sosial budaya, Wondama dalam (Wibowo et al., 2023) menguraikan terdapat 4 (empat) unsur yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata, yaitu: *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary*. *Attraction* (Atraksi) adalah unsur signifikan untuk menarik wisatawan. Modal atraksi untuk menarik kedatangan wisatawan yaitu: atraksi *Natural Resources* (Alami), atraksi Budaya, dan atraksi buatan manusia. *Accessibility* (Aksesibilitas) adalah unsur yang digunakan sebagai sarana yang memberikan kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata maka harus dilengkapi dengan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut mudah untuk dikunjungi. *Amenity* (Amenitas) adalah unsur sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada lokasi wisata, seperti: penginapan, rumah makan, tempat rekreasi, tempat berkemah, transportasi dan agen perjalanan.

Prasarana yang diperlukan seperti: jalan raya, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, dan persediaan air atau toilet. Selanjutnya yakni *Ancillary* yakni (pelayanan tambahan) yang merupakan unsur yang harus disediakan oleh pengelola lokasi wisata.

Pentingnya agensi kelembagaan modal sosial dalam tata kelola pariwisata bahari di Pantai Martajasah merupakan suatu agenda pembangunan yang perlu untuk didesain secara strategis. Dibutuhkan keterlibatan sejumlah elemen, analisis pemetaan sumber daya, analisis kebutuhan konsumen, rencana jangka pendek dan jangka panjang serta konteks penataan ruang. Hal ini dapat dikembangkan kedalam konsep modal sosial dengan analisis konsep kapital, habitus dan arena yang disempurnakan dengan unsur jaringan sosial berupa agensi kelembagaan. Dengan mengembangkan destinasi wisata bahari yang memiliki kekuatan modal sosial diharapkan dapat menjadi sumber daya yang mampu mewujudkan pariwisata berkelanjutan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga wisata bahari Pantai Martajasah dapat menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bangkalan Madura.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini membahas secara kontekstual mengenai agensi kelembagaan modal sosial dalam tata kelola wisata bahari di Pantai Martajasah Kabupaten Bangkalan Madura. Konteks isu di atas akan dijelaskan secara elaboratif dengan menggunakan pendekatan *theory of practice* dari Pierre Bourdieu berkaitan dengan modal sosial (*social capital*) dalam konteks mewujudkan pariwisata bahari yang berkelanjutan. Bourdieu dalam kajian teorinya yakni “teori tentang praktik manusia” yang memadukan teori yang berpusat pada agen atau aktor (*agent centered*) dengan penjelasan objektivisme yang menekankan dimensi struktur dalam membentuk kehidupan sosial. Teori Bourdieu juga membahas tentang dinamika habitus dan arena, dimana bukan ruang hampa tetapi sebuah wilayah kekuasaan, yang terkonstitusi oleh perjuangan untuk mendapatkan posisi-posisi, mendemonstrasikan bahwa struktur sosial dan identitas harus dipahami tidak secara statis, tipologik, menurut ketentuan kategoristik yang kaku, tetapi harus dipahami sebagai formasi yang dinamis dari kompleksitas diakronik yang terorganisasi, berada seimbang di antara stabilitas dan perubahan, dengan masing-masing sisi yang ditafsirkan sebagai sesuatu yang kabur, menggeser tepian batas antara kemenarikan yang kompleks dengan ketegaran relatif (Mustikasari et al., 2023) Oleh sebab itu kajian ini mampu mengelaborasi bagaimana Modal Sosial mampu menunjukkan adanya agensi kelembagaan dari perluasan arena dan pertukaran kapital.

2.1. Wisata Bahari

Dalam proses pembangunan sektor pariwisata senantiasa memperhatikan aspek keberlanjutan. Setidaknya ada 3 aset dalam pembangunan berkelanjutan yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, dan infrastruktur. Sumber daya alam adalah semua kekayaan alam yang dapat digunakan dan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kemudian sumber daya manusia dan infrastruktur dimana masing-masing turut menjadi penggerak sektor ekonomi dalam pengembangan pariwisata seperti industri makanan dan kerajinan kreatif. Kedua elemen tersebut diperlukan dalam mengoptimalkan pengembangan dan sebagai bagian pendukung industri pariwisata melalui kontribusinya. Sehingga, baik pemerintah pusat maupun stakeholder di pemerintah daerah dapat memberikan stimulus pada perluasan pengembangan pariwisata melalui elemen-elemen tersebut. Oleh sebab itu, aspek pelayanan sumber daya manusia dalam sektor pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan tenaga kerja sangat dibutuhkan dalam pengembangan wisata (Mardiyantoro et al., 2023). Masing-masing karakteristik tipe pemilikan dan penguasaan sumber daya pesisir ini juga turut menentukan keberhasilan pengelolaan wilayah pesisir. Proses pengelolaan biasanya melingkupi kegiatan identifikasi dan analisis mengenai berbagai isu pengelolaan atau pemanfaatan yang ada maupun yang diperkirakan akan muncul sehingga dapat menyusun serta melaksanakan kebijakan dan program aksi untuk mengatasi isu yang berkembang.

2.2. Teori Praktik (Modal Sosial) Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu, seorang sosiolog Prancis kenamaan, dalam tulisannya yang berjudul “*The Forms of Capital*” mengemukakan bahwa untuk dapat memahami struktur dan cara berfungsinya dunia sosial perlu kiranya membahas modal dalam segala bentuknya. Berdasarkan penjelasan di atas, modal-modal tersebut dapat digolongkan menjadi empat golongan. Pertama modal ekonomi, yaitu merujuk pada modal yang bersifat materil yang bernilai dan dapat dipertukarkan yang dalam hal ini mencakup alat-alat produksi, anggaran dana, tanah dan segala sertifikat berharga lainnya. Dalam konteks wisata bahari di Pantai Martajasah, modal ekonomi (*economic capital*) perlu untuk dikemas secara akuntabel dan transparan sehingga pengelolaan modal ekonomi yang diperoleh baik dari dukungan lembaga swasta, masyarakat maupun lembaga pemerintah dapat dikelola dengan optimal. Kedua modal budaya, yang mencakup keseluruhan kualifikasi intelektual yang dapat diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Kemudian Bourdieu membedakan antara tiga jenis modal budaya yang berbeda: *objectified cultural capital*, *embodied cultural capital* dan *institutionalized cultural capital*. Bentuk yang *embodied cultural capital* mengacu pada 'kemampuan budaya' (pengetahuan, selera, mental, dll.) yang diperoleh secara informal melalui ‘*immersion in a world of*’ yang dibudidayakan melalui praktik dan benda-benda. Sedangkan *objectified cultural capital*, mengacu pada benda-benda budaya atau barang seperti karya seni, sastra, musik dan film, sementara modal budaya yang dilembagakan atau *institutionalized cultural capital* adalah yang diakui secara sosial atau kelembagaan, paling sering dipahami sebagai kualifikasi akademik. Sehingga modal budaya bisa dengan demikian dipahami sebagai kepemilikan pengetahuan, selera dan disposisi oleh individu (*embodied cultural capital*) yang digunakan untuk menegosiasikan posisi sosial, sering melalui kepemilikan kualifikasi pendidikan (*institutionalized cultural capital*) dan yang diwujudkan ke dalam berbagai karya seni (*objectified cultural capital*) (Mustikasari et al., 2023). Modal sosial terdiri dari jaringan (*network*), kepercayaan (*trust*) dan nilai-norma (*value and norms*). Jaringan sosial (*social network*) merupakan ikatan individu atau kelompok yang dihubungkan dengan hubungan sosial, relasional, kekerabatan maupun kekeluargaan. Modal sosial memiliki dua dimensi yang saling terkait yaitu: (a) Dimensi kognitif/*cultural*, berkaitan dengan nilai-nilai sikap dan keyakinan yang mempengaruhi kepercayaan, solidaritas, resiprositas yang mendorong ke arah terciptanya kerjasama dalam masyarakat guna mencapai tujuan bersama. (b), Dimensi struktural, berupa susunan ruang lingkup organisasi dan lembaga masyarakat pada tingkat lokal yang mewadahi dan mendorong terjadinya kegiatan kegiatan kolektif yang bermanfaat bagi seluruh warga masyarakat (Norizan & Chan, 2022).

Menurut Swartz, aspek kepercayaan (*trust*), dapat diartikan sebagai persepsi atau pandangan dan afirmasi positif terhadap suatu objek yang tumbuh di dalam proses interaksi dan komunikasi di masyarakat yang dapat diungkapkan dengan adanya perilaku jujur, teratur dan bertanggungjawab (Mustikasari et al., 2023). Kemudian aspek nilai dan norma (*value and norms*) yang merupakan suatu hal yang dihargai dan berguna yang dianggap sah dan memiliki keselarasan dengan tata aturan yang disepakati dan dijunjung oleh masyarakat. Norma adalah aturan-aturan dalam kehidupan sosial yang mengandung sanksi terhadap pelanggaran nilai-nilai dan aturan yang berlaku dalam masyarakat. Keempat yakni modal simbolik (*symbolic capital*), yang merujuk pada segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi yang melekat pada aktor sebagai hasil dari akumulasi berbagai kapital.

Modal simbolik tidak dapat diwujudkan secara materiil melainkan segala sesuatu yang mendapatkan predikat dengan nilai yang melekat sebagai simbol yang bermakna dan memiliki arti yang sangat penting. Pada nilai-nilai budaya yang dimiliki kelompok masyarakat yang pertama secara tradisional terdapat keseimbangan antara modal sosial yang mengatur keharmonisan dan solidaritas hubungan internal sesama anggota kelompok, yang disebut dengan istilah *bonding social capital* atau disebut modal sosial pengikat, dengan modal sosial yang

memungkinkan terciptanya kerjasama dan hubungan yang saling menguntungkan dengan warga dari kelompok etnik lainnya, yang disebut dengan istilah *bridging social capital* atau pen jembatan modal sosial. Disebut *bridging social capital* karena menjembatani perbedaan-perbedaan yang terdapat antara kelompok masyarakat yang memiliki nilai-nilai budaya yang berbeda, dengan lebih mengutamakan persamaan yang terdapat pada kedua pihak. Kelompok masyarakat yang secara tradisional kurang memiliki nilai-nilai budaya yang merupakan *bridging social capital* ini cenderung lebih mementingkan kelompok sendiri, bersifat eksploitatif dan mudah terlibat dalam konflik dengan kelompok lain (Mustikasari et al., 2023). Konflik akan lebih mudah lagi terjadi kedua pihak sama-sama tidak memiliki modal sosial jembatan. Sehingga prinsip dasar modal sosial menekankan pada pentingnya menjaga hubungan baik dan kepercayaan antar berbagai pihak, baik antar masyarakat sekitar, pengelola, pemerintah maupun pihak swasta.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sekaligus mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan aktivitas sosial secara holistik dan eksploratif dengan menggunakan Pendekatan *theory of practice* dari Pierre Bourdieu dalam menemukan konteks agensi kelembagaan lintas sectoral dalam tata kelola wisata di Pantai Martajasah. Pengumpulan data dilakukan melalui proses studi kepustakaan untuk menemukan (1) aspek kerentanan objek wisata (2) potensi objek wisata (3) tata kelola (4) kajian modal sosial dan (5) agensi kelembagaan. Kemudian Peneliti melakukan observasi pada beberapa aspek seperti (1) kondisi fisik objek wisata, (2) fasilitas dan potensi kawasan wisata (3) kegiatan kolaborasi dan (4) dinamika pengunjung wisata. Selanjutnya dilakukan *in-depth interview* dengan sejumlah elemen seperti (1) pegawai dinas pariwisata kabupaten bangkalan, (2) pegawai Dinas Kelautan Kabupaten Bangkalan, (3) Pokdarwis Pantai Martajasah (4) perangkat Desa Martajasah (5) tokoh masyarakat dan (6) pengunjung wisata. Kemudian di akhir pengumpulan data dilakukan *Focus Group Discussion (FGD)* bersama pengurus objek wisata dari beberapa divisi. Lokasi penelitian berada di kawasan wisata Pantai Martajasah dan pemukiman warga sekitar lokasi wisata.

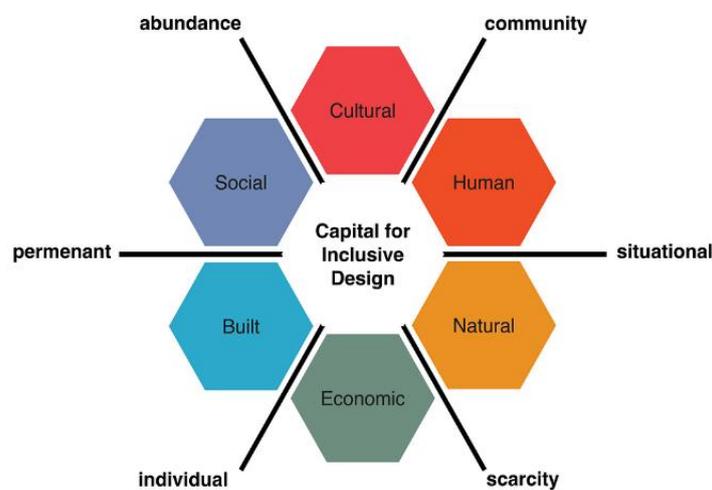
Gambar 1: Peta Alur Penelitian



Penelitian dilakukan selama 6 bulan, mulai dari bulan Juni hingga November 2023 dan berhasil mengumpulkan data dari 18 subjek penelitian. Pendekatan analisa secara deskriptif kualitatif dilakukan dengan memperlakukan obyek berdasarkan kategori tertentu (Sugiyono, 2020), kategori tersebut bertujuan untuk menyeleksi data yang berkaitan dengan penelitian, kemudian diklasifikasikan secara kategorisasi dan sistematis. Tahapan analisis data dalam penelitian, yaitu: (a) bahan atau fakta disistematisasi atau ditata dan disesuaikan dengan objek yang diteliti; (b) bahan atau fakta yang telah disistematisasi, kemudian diuraikan dan dijelaskan sesuai objek yang diteliti berdasarkan teori; (c) bahan yang telah diuraikan kemudian dievaluasi. Pada tahap ini dilakukan model evaluasi selama enam bulan dalam peningkatan kualitas tata kelola wisata dimana ada lima cara untuk mengidentifikasi keberhasilan tata kelola antara lain :

a. Keahlian individual (*human capital*), merujuk pada aspek kesadaran pihak pengelola mengenai keahlian dan pengetahuan mengenai system pengelolaan dan bertahan (*survive*). b. Asosiasi (*social capital*), yakni menunjukkan bagaimana pengelola wisata memiliki jaringan-jaringan (*network*), kepercayaan (*trust*), dan norma-norma yang menjadi prinsip tata kelola wisata bersama pihak swasta, pemerintah, atau masyarakat luas. c. Ketersediaan sarana infrastruktur fisik (*objectified cultural capital*), menunjukkan fasilitas fisik objek wisata seperti akomodasi, *foodcourt* dan infrastruktur jalan, dan teknologi lain sebagainya. d. Peluang ekonomi (*economic opportunity*), menunjukkan ketersediaan akses wisatawan dalam menikmati objek wisata dan pilihan wahana yang ditawarkan. e. Modal budaya dan modal religi (*cultural and religious capital*), menunjukkan potensi modal budaya, termasuk etos kerja dan ketahanan budaya pihak pengelola. Hal ini juga didukung oleh konsepsi ketahanan modal sosial dan modal budaya yang disampaikan oleh Bourdieu dalam (Hasibuan et al., 2021) yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 2. Penafsiran Evaluasi Tata Kelola dari Aspek Modal Sosial



Menerjemahkan aspek keberhasilan tata kelola wisata dalam kurun waktu enam bulan menjadi perhatian dalam rangka menemukan hasil penelitian dari aspek modal sosial (*economic, culrural, social and symbolic*) bekerja sebagai kekuatan dalam memperlebar bentangan agensi kelembagaan lintas sektoral. Melalui model ini pula membanu peneliti untuk menemukan bagaimana pertukaran kapital kemudian berhasil mengakumulasi segala sumber daya yang digunakan oleh pihak pengelola dalam memaksimalkan tata kelola wisata sehingga objek wisata Pantai Martajasah mampu melewati dinamika perubahan dan memiliki ketahanan dan aspek keberlanjutan wisata.

4. Hasil & Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Pantai Martajasah

Pantai Martasajah Madura memiliki anggaran pengembangan wisata dari dana desa yang belum dioptimalkan oleh Kelompok Sadar Wisata (*Pokdarwis*) yakni sebesar 30% dari anggaran keseluruhan. Namun sayangnya program promosi wisata belum dilakukan secara strategis dan terencana. Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bagaimana jejaring sosial umumnya digunakan untuk promosi pariwisata baik secara langsung maupun tidak langsung melalui foto, video, dan berbagi teks di berbagai media sangat mempengaruhi keberlangsungan objek wisata (Lopez et al., 2023).

“Kami mengelola wisata ini dari dana desa tahun 2023 yang kami alokasikan sebagian untuk Pembangunan wisata, selebihnya kami dapat bantuan dari Dinas dan Perusahaan Swasta yang datang

melakukan pengecekan, kurang lebih ada 4 kali ini dating ke sini, termasuk jalin Kerjasama dan pendampingan terutama dalam promosi “(Wawancara Ketua Pokdarwis, 16 Oktober 2023).

Pantai Martajasah belum memiliki strategi promosi wisata secara online dan offline khususnya strategi tata kelola wisata yang didukung oleh berbagai elemen dalam jaringan lintas sektoral. Tahap ini seharusnya telah memastikan kelayakan dan kelangsungan objek wisata, dari *sudut pandang teknis* (menentukan apakah fasilitas benar-benar perlu dipugar atau apakah hanya dapat diperbaharui), *sudut pandang administratif* (menunjukkan keterampilan dan pengalaman yang harus dimiliki oleh pengelola), *sudut pandang keuangan* (menyusun anggaran sementara yang sangat rinci, memperkirakan jumlah pengunjung potensial, pendapatan yang diharapkan dan target capaian), *sudut pandang hukum* (mengidentifikasi pengelola dan konservasi saat ini), dan *sudut pandang lingkungan* (Kacemi et al., 2020). Promosi pariwisata melibatkan kegiatan yang meningkatkan dan mencari peluang perdagangan barang dan jasa di bidang pariwisata, yang mencakup upaya promosi, iklan, tampilan, pameran, pameran dagang, dan pameran perjalanan (Hai et al., 2023). Pentingnya pelatihan memadai dalam promosi dan tata Kelola wisata sangat dibutuhkan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai pihak pengelola dalam memanfaatkan segala sumber daya ekonomi, sosial dan budaya yang selama ini belum diperoleh secara optimal.

“Pantai Martajasah ini sudah kami dampingi dan kunjungi dalam beberapa bulan terakhir dengan memberikan pelatihan pengelolaan wisata supaya pengelola bisa mengelola wisata sesuai aturan-aturan dari Dinas Pariwisata”. (Wawancara Pegawai Dinas Pariwisata Bangkalan Divisi Pemberdayaan Masyarakat, 03 Sptember 2023)

Dalam perencanaan sumber daya manusia, manajemen sumber daya manusia mempunyai tugas untuk mengantisipasi banyaknya pekerjaan dan eksekutif yang akan melakukan kegiatan bisnis dengan cara yang paling efisien. Perencanaan tenaga kerja adalah pembuatan rencana untuk mengisi lowongan masa depan di suatu perusahaan yang didasarkan pada prediksi lowongan dan memutuskan apakah pekerjaan tersebut akan diisi oleh kandidat yang sudah bekerja di suatu perusahaan atau di luar Perusahaan (Okafor et al., 2020). Berdasarkan konsep pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, modal sosial begitu penting dalam upaya penguatan jaringan sosial Masyarakat. Secara konseptual ekowisata sangat sesuai dikembangkan oleh masyarakat lokal yang ditandai dari beberapa alasan, yaitu pertama, obyek dan atraksi wisatanya berskala kecil sehingga lebih mudah diterima dan diorganisasi oleh masyarakat; kedua, partisipasi dan kepemilikan bagi masyarakat lokal; ketiga keuntungan pengelolaan lebih banyak dinikmati oleh masyarakat selaku pengelola wisata. Salah satu prasyarat untuk mewujudkan ekowisata berbasis komunitas adalah partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Obyek wisata dapat dikembangkan dengan memperoleh dukungan dari masyarakat menjadi jaminan aset keberlanjutan pembangunan wisata sekaligus dapat meningkatkan mutu dan pengalaman wisatawan (Kaharuddin et al., 2020).

“Awalnya kami coba diskusikan dengan Pemerintah Daerah terkait pembukaan Wisata Pantai ini, dan puji syukur dapat dukungan dari berbagai pihak terutama Dinas Pariwisata, namun memang kami harus didampingi di awal-awal pendirian terutama mengatur tata kelola dan juga bagaimana bisa bertahan di kondisi iklim yang tidak menentu dan tidak bisa diprediksi” (Wawancara Ketua Pokdarwis, 18 September 2023).

Dalam pariwisata berbasis komunitas pemuda, masyarakat merupakan aktor utama dalam proses pengembangan pariwisata yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan. Pantai Martajasah sebagai objek wisata bahari yang dikelola oleh Masyarakat dengan bantuan Dana Desa yang dikemas dalam BUMDes senantiasa digerakkan oleh roda aktivitas masyarakat dan inisiasi bersama komunitas pemuda dan kelembagaan Pokdarwis. Gelontoran dana dari Pemerintah dikelola secara seimbang dengan memperhatikan distribusi merata dan berkeadilan serta berorientasi jangka panjang. Berdasarkan hasil temuan di lapangan,

sejumlah objek wahana dan sarana prasarana wisata semakin dilengkapi dan dipugar oleh pihak pengelola dimana pada awalnya kawasan ini belum memiliki gerbang dan sudut kuliner (*foodcourt*) serta kawasan parkir kemudian mulai dibangun dan disediakan.

Gambar 3. Pintu Gerbang, Kawasan Parkir dan Foodcourt setelah pemugaran



Sumber: Dokumen Peneliti

Pemuda Desa Martajasah memperoleh tanggung jawab dalam mengelola media sosial sehingga berpeluang melakukan pemetaan potensi wisata desa agar bisa dimanfaatkan lebih efektif. Sedangkan Pokdarwis berperan dalam menata sumber daya yang ada serta distribusi tenaga kerja pada lokus-lokus divisi. Tempat-tempat yang dianggap strategis, khususnya pemetaan Kawasan Kuliner dapat dimanfaatkan untuk membantu masyarakat membuka usaha baru yang mendukung kegiatan wisata. Gerakan para pemuda melalui *youth empowerment* dapat meningkatkan nilai jual melalui promosi yang berdampak pada kegiatan transaksi kapital (konversi kapital) dengan penyediaan lapangan kerja baru (Hasibuan et al., 2021). Sehingga, peran dan kontribusi pemuda menjadi penting dalam kegiatan promosi wisata Pantai Martajasah, Bangkalan.

4.2. Perluasan Arena dan Strategi Kelembagaan Modal Sosial Pantai Martajasah

Modal sosial mengacu pada jaringan sosial atau hubungan yang dinilai berbeda dengan pihak lain. Modal sosial meliputi jaringan, kepercayaan, nilai dan norma. Sedangkan jejaring sosial adalah hubungan individu atau kolektif yang dihubungkan oleh ikatan sosial, hubungan, kekerabatan atau kekerabatan. Dalam membahas kapital (modal), Bourdieu berkonsentrasi untuk membahas aspek kepentingan posisi sosial dimana kapital berputar dan bertukar dari satu aktor ke aktor yang lainnya. Bourdieu dalam memahami pembangunan tidak hanya terbentuk berdasarkan kapital ekonomi, tetapi gabungan antara kapital sosial dan kapital budaya. Bourdieu mengungkapkan bahwa modal sosial adalah sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh individu dari proses pembentukan jaringan sosial yang terlembaga serta berlangsung terus menerus yang dapat menghasilkan pengakuan dan hubungan timbal balik kepada anggotanya dan berbagai bentuk dukungan kolektif, selain itu juga bisa diartikan berbagai jenis relasi bernilai dengan berbagai pihak, sehingga merujuk pada jaringan sosial yang dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungan dengan pihak lain yang memiliki kuasa (Lakon et al., 2019).

Berdasarkan hasil observasi pada aspek kesiapan fasilitas dan infrastruktur wisata, ada sejumlah sudut yang masih membutuhkan pemugaran, perbaikan dan penyempurnaan. Dalam hal ini, tata kelola fasilitas wisata masih belum sepenuhnya sempurna. Sebagai objek wisata yang masih tergolong baru, pembangunan wisata di Martajasah yang dikonsentrasikan sebagai wilayah agrowisata dan konservasi pantai di wilayah Bangkalan berdasarkan rencana strategis

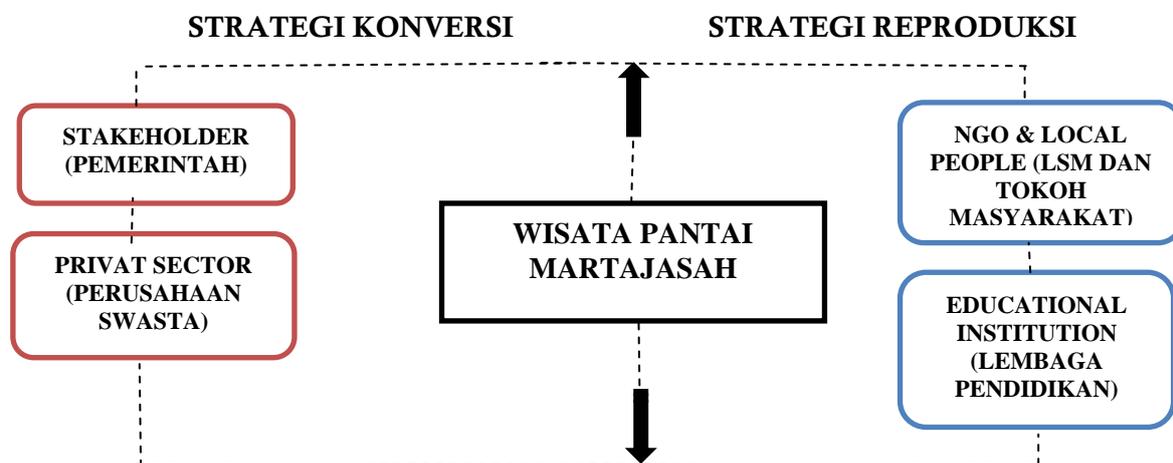
pemerintah masih membutuhkan strategi modal sosial dalam pengembangannya. Infrastruktur dan fasilitas yang dimaksud disini adalah yang berkaitan dengan kebutuhan wisatawan/pengunjung dan juga kebutuhan aksesibilitas pariwisata. Adapun beberapa infrastruktur tersebut adalah akses jalan yang belum memiliki petunjuk jalan, gerbang lokasi wisata yang belum optimal, sarana kebersihan, WC umum, warung atau toko makanan dan aksesoris, penginapan serta aktifitas lainnya yang dapat menunjang kesiapan pariwisata.

“Kemarin ini hujan terus sampai pagi, beberapa gazebo basah karena gelombang pasang dan angin kencang, ditambah lagi hari ini panas sekali jadi memang cuaca di sini tidak menentu dan kadang sulit diprediksi jadinya di sini kalau ada bantuan difokuskan ke arah pemugaran dan pengadaan sarpras seperti gazebo itu hasil dari hibah dari pemerintah” (Wawancara Petugas Loket Wisata, 12 Desember 2023).

Dukungan pengadaan fasilitas pendukung dari pemerintah merupakan modal ekonomi, yang mengacu pada modal fisik yang berharga dan dapat dipertukarkan, yang dalam hal ini mencakup instrumen produksi, dana anggaran, tanah dan semua surat berharga yang bernilai, dan perlakuan lainnya. Dalam konteks wisata bahari di Pantai Martajasah, modal ekonomi harus disajikan secara bertanggung jawab dan transparan sehingga pengelolaan modal ekonomi yang terlaksana melalui dukungan swasta, organisasi kemasyarakatan, dan organisasi serta instansi pemerintah dapat dikelola secara optimal. Kapital (modal) memainkan peran yang cukup sentral dalam hubungan kekuatan sosial. Dimana kapital menyediakan sarana dalam bentuk non-ekonomi dominasi dan hierarkis, sebagai kelas dan posisi perjuangan di ranah sosial yang perlu untuk diperjuangkan (Norizan & Chan, 2022).

“Pembuatan Gapura juga kami dibantu sama Perusahaan telekomunikasi, makanya ini kami perbesar pintu gerbangnya biar jalan masuk keluar kita bedakan..ya sekaligus promosi juga ke donator karena sudah bantu kami jadi beberapa sudut tembok kami ada desain iklan jadi istilahnya saling menguntungkan (Wawancara dengan Pokdarwis Pantai Martajasah, 08 Oktober 2023).

Gambar 4. Bagan Jaringan Agensi Kelembagaan Pantai Martajasah



Dalam rangka menghasilkan modal ekonomi, pengelola pantai Martajasah berupaya menciptakan perluasan arena dengan *strategi reproduksi* dan *strategi konversi*. *Strategi reproduksi* dijalin dengan agensi kelembagaan bersama instansi pemerintah dan perusahaan swasta. Melalui kontribusi Dana Desa dan realisasi (BUMDes) Desa Martajasah serta anggaran bantuan pengembangan wisata dari Dinas Pariwisata Bangkalan, Pantai Martajasah mengakumulasi modal sosial menjadi modal ekonomi melalui strategi reproduksi. Tidak hanya itu, perusahaan swasta turut menyumbangkan pembuatan fasilitas gapura dalam objek wisata Pantai Martajasah. Menurut Bourdieu, kondisi ini didefinisikan sebagai “*strategi investasi simbolis*” di mana aktor berupaya untuk melestarikan dan meningkatkan status sosial, legitimasi dan kehormatan melalui reproduksi dari sejumlah produk yang mengandung makna (Lakon et al., 2019). Adapun bagan

pemetaan strategi modal sosial yang dibentangkan oleh pihak pengelola dapat dilihat pada gambar 4.

Dalam hal ini, Bourdieu menegaskan bahwa "*modal simbolik*" juga relevan dipertukarkan menjadi sumber daya modal sosial yang mencakup fitur-fitur seperti kehormatan, martabat, dan kedudukan (Sutopo & Lukisworo, 2020). Bagi Bourdieu, modal simbolis adalah bagian dari ekonomi yang kompetitif yang dapat dianalisis dalam istilah ekonomi, dan "*siap dikonversi kembali menjadi modal lain*". Perusahaan dan instansi pemerintah berupaya menawarkan inspirasi dan strategi berkiprah dalam arena perjuangan, tentang bagaimana mengelola kawasan wisata, kaitannya dengan bagaimana mengoptimalkan strategi kapital (reproduksi dan pertukaran) hingga menyangkut persoalan mempertahankan dan memperkuat tata kelola objek wisata. Sedangkan, *strategi konversi* terjalin dengan sejumlah LSM dan tokoh masyarakat serta lembaga pendidikan. LSM berupaya memberikan pelatihan dan konteks manajemen tata ruang dalam pengelolaan wisata sedangkan tokoh masyarakat berperan dalam menyediakan sumber daya manusia yang dapat dipekerjakan sebagai pegawai wisata baik sebagai pedagang, tukang parkir, tenaga kebersihan hingga tenaga Pembangunan fisik objek wisata.

"Kalau weekend di sini sering dipakai camping sama siswa SD jadi kami juga ngasi paket khusus untuk kegiatan-kegiatan sekolah. sama kalau dari kampus biasanya ngadain KKN di sini kami terbantu karena kami dapat pelatihan digital marketing kalau dari fakultas pertanian ngasi perawatan pengelolaan Hutan Bakau" (Wawancara dengan Ketua Pokdarwis, 18 November 2023).

Di sisi lain, lembaga pendidikan berperan sebagai transfer modal budaya dalam rangka memberikan pelatihan dan keilmuan mengenai konservasi hutan bakau dan strategi marketing. Keterlibatan sejumlah lembaga pendidikan dalam upaya memproduksi *institutionalized cultural capital* secara simultan memperkuat narasi bahwa pendidikan formal seperti sekolah dan kampus dan nonformal seperti komunitas kreatif lokal memegang peran besar sebagai arena di mana kapasitas reflektif dikembangkan menjadi modal budaya (Flyen et al., 2023). Modal budaya, mencakup seluruh kualifikasi intelektual yang dapat diperoleh melalui pendidikan formal atau warisan keluarga. Bourdieu membedakan tiga jenis modal budaya: Modal budaya obyektif (*objectified*), modal budaya yang diwujudkan (*embodied*) dan modal budaya yang dilembagakan (*institutionalized*). Bentuk modal budaya yang diwujudkan mengacu pada "kemampuan budaya" (pengetahuan, selera, watak, dll.) yang diperoleh secara informal melalui "pengalaman" yang dipupuk melalui praktik dan objek. Modal budaya obyektif mengacu pada objek atau barang budaya seperti karya seni, sastra, musik dan film, sedangkan modal budaya yang dilembagakan adalah yang diakui oleh masyarakat atau lembaga, sering kali dipahami sebagai kualifikasi akademis. Menurut Bourdieu, sub-arena memiliki produksi kecil atau skala terbatas. Hal ini merupakan sistem tertutup yang memproduksi seni untuk menghasilkan karya seni tinggi atau "*high art*". Menurut Bourdieu, arena menekankan pada keuntungan simbolis bukan keuntungan ekonomi karena yang diharapkan adalah pengakuan yang berasal dari arena yaitu dari agen lain (produsen, kritikus maupun artist). Mereka sebagai produsen secara kultural relatif mempunyai modal budaya (pengetahuan, selera, atau pendidikan) yang dianggap lebih mendominasi ketimbang modal ekonomi. Bourdieu juga mengutarakan bahwa konsumen dari produsen kultural ini mempunyai korelasi terhadap kedudukan kelas produsen kultural. Mereka memiliki dominasi terhadap modal budaya (Elfena et al., 2020).

4.3. Model Jaringan Agensi Kelembagaan Pantai Martajasah

Pantai Martajasah merupakan Pantai dengan bentangan laut dipadukan dengan Kawasan pesisir bakau. Pemerintah Kabupaten Bangkalan telah memetakan wilayah Martajasah sebagai Wilayah Zona I yang berkonsentrasi pada Konservasi Agropolitan, Pariwisata dan Kuliner, hal ini sesuai dengan informasi Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (BALITBANGDA) Kabupaten Bangkalan yang telah menerbitkan dokumen Sistim Inovasi Daerah (SIDa) 2020. Kawasan

Pantai Martajasah yang telah diresmikan ini, telah menjalin sejumlah agensi kelembagaan berupa jaringan sosial dalam mengembangkan tata kelola. Jaringan dalam *capital social* menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif. Menurut (Hasibuan et al., 2021) masyarakat selalu berhubungan sosial dengan masyarakat lain melalui berbagai variasi hubungan yang saling berdampingan dan dilakukan atas prinsip sukarela, kesamaan, kebebasan, dan keadaban. Kemampuan masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergi dapat mempengaruhi kuat tidaknya modal sosial suatu kelompok.

“Kemarin ada kegiatan bersih-bersih Pantai dan Pembangunan tembok batas Pantai dari karang taruna sama pegawai Koramil Martajasah, sekitar seminggu bantu bersih-bersih rutin dan juga bantu bangun tembok pembatas pantainya. (Wawancara dengan Perangkat Desa Martajasah, 10 Juli 2023).

Bourdieu kemudian mendefinisikan sebagai suatu bantuan atau penerimaan nilai dari aturan permainan “*rules of the game*”. Masuk ke ranah yang baru tentu membutuhkan penerimaan atas *rules of the game*. Bagi kelompok dominan (pihak pengelola wisata) hal ini adalah keberhasilan dari strategi pelestarian (*conservation*) di mana kelompok yang didominasi mengikuti doxa yang ada. Oleh sebab itu, kemampuan untuk mengumpulkan dan mempertahankan daya tahan modal sosial tidak dapat dipisahkan kepemilikan reflektif dari adanya modal budaya, kelangsungan modal budaya termasuk dalam kemampuan reflektif untuk memperhatikan dan memetakan unsur “strategis” modal sosial di bidang perjuangan yang melingkupi hierarki objektif bersifat heterogen yang telah dimanifestasikan dalam arena (Sutopo & Lukisworo, 2020).

Tabel 1. Jaringan Sosial Agensi Kelembagaan Pantai Martajasah

No	Agensi Jaringan Sosial	Model Jaringan	Jenis Kontribusi (Luaran)	Aksi	Kekuatan Jaringan
1	Instansi Pemerintah (Pemangku Kepentingan)	Social-Sentric	Modal Pengembangan dan Konservasi		Kuat
2	Perusahaan Swasta	Jaringan Terbuka (<i>open system</i>)	Bantuan Dana Wisata	Fasilitas	Sedang
3	LSM & Tokoh Masyarakat (NGO/Organisasi/Komunitas)	Ego-Sentric	Branding/ Marketing/ Rekrutment dan Keamanan		Sangat Kuat
4	Instansi Pendidikan	Jaringan Terbuka (<i>open system</i>)	Kerjasama /MoU/ & Pengembangan	Penelitian	Sedang

Sumber: Data primer

Berdasarkan proses pemetaan terhadap jaringan sosial agensi kelembagaan dan pengaruhnya terhadap pengembangan wisata di Pantai Martajasah, mengindikasikan bahwa masing-masing agensi kelembagaan yang terjalin memiliki pengaruh yang berbeda terhadap pengembangan tata kelola wisata. Hal ini dipengaruhi oleh jenis kontribusi (*output*) yang dihasilkan dari jaringan tersebut dengan tingkatan kepentingan serta pengaruhnya terhadap pengembangan tata Kelola wisata. Oleh sebab itu, untuk mengidentifikasi *social capital* berupa jaringan agensi kelembagaan tersebut, dibutuhkan pendekatan pemetaan sosial berdasarkan hubungan menguntungkan dan saling mempengaruhi. Menurut Kedushin, jaringan dalam konteks agensi kelembagaan dibagi atas tiga jenis yakni *jaringan ego-sentric*, *jaringan social-sentric* dan *jaringan terbuka (open system)* (Norizan & Chan, 2022). *Jaringan ego-sentric* merupakan suatu jaringan yang berkaitan dengan hubungan interpersonal dengan individu secara relasional seperti kenalan, kolega, relasi, hubungan baik dan pertemanan. Berbeda dengan *jaringan social-sentric*, model jaringan sosial ini memiliki batasan relasional secara profesional dan formal. Jaringan ini memiliki beberapa aturan dan ikatan serta ketentuan namun dengan hubungan yang dapat mencangkup berbagai aspek. Sedangkan jaringan terbuka (*open system*), menekankan pada mutualisme dimana Batasan tidak dianggap penting, selama relasi saling menguntungkan maka

terjalin ikatan secara terbuka dan mutualis. Tipe jaringan ini banyak melekat pada institusi NGO seperti LSM, komunitas dan organisasi masyarakat.

Berdasarkan hasil tabel kekuatan jaringan sosial di atas dapat diungkapkan bahwa kekuatan jaringan sosial bergantung pada wujud kerjasama dan kolaborasi yang dijalin sebagai komitmen Bersama sebagai bagian dari hubungan timbal-balik. Menurut Bourdieu bahwa individu dan masyarakat adalah jalinan hubungan timbal balik (Jia et al., 2020). Hal ini dapat dijelaskan bahwa representasi subjektif individu dan struktur objektif kebudayaan terjalin secara dialektis yang memiliki sifat saling memengaruhi dalam sebuah praktik sosial. Ketika terdapat usaha dalam menemukan relasi antar struktur objektif atau kebudayaan serta agen atau individu, dimana konsep ini dikenal sebagai konsep habitus dan arena yang didukung oleh strategi dan modal. Lebih jauh, Bourdieu lantas mengungkapkan bahwa semakin besar seseorang mengakumulasi modal tertentu maka semakin besar pula peluang untuk mengonversi antar berbagai modal, termasuk modal budaya dan simbolik ranah sebagai arena pertarungan dan perjuangan yang begitu dinamis dalam “*rules of the game*” yang di dalamnya terdapat sejumlah pemain, kekuatan-kekuatan, dan hubungan dominan dari penggunaan berbagai strategi dalam posisi tertentu (Elfena et al., 2020).

“Dinas Pariwisata juga baru saja menerbitkan buku khusus promosi wisata Bangkalan jadi kami ada grup khusus pengelola wisata di Bangkalan, beberapa ada kegiatan workshop atau pelatihan kami semua diundang khususnya yang muda-muda jadi kita bisa belajar juga dengan pengurus wisata lainnya di Bangkalan” (Wawancara dengan anggota Pokdarwis Pantai Martajasah, 22 Agustus 2023)

Kapital sosial strategis (*strategic social capital*) sebagai bentuk solidaritas dan berbagi emosi antar kaum muda termanifestasi dalam kesetiaan dan keberlanjutan hubungan sosial baik saat mereka mengalami masa susah maupun senang tidak hanya di masa lalu namun juga berbagi komitmen bersama di masa sekarang dan masa depan. Bentuk kapital sosial strategis dan berkelanjutan ini memainkan peran penting dalam konteks keberlanjutan pariwisata yang bersifat dinamis. Menurut Lawang, terdapat nilai-nilai budaya dan simbolik yang dimiliki kelompok masyarakat (La Ola et al., 2020). Pertama, secara tradisional terdapat keseimbangan antara modal sosial yang mengatur keharmonisan dan solidaritas hubungan internal sesama anggota kelompok, yang disebut dengan istilah *bonding social capital* atau disebut modal sosial pengikat, Kedua, modal sosial yang memungkinkan terciptanya suatu kerjasama dan hubungan yang saling menguntungkan antar warga dari kelompok etnik lainnya, yang disebut dengan istilah *bridging social capital* atau penjemputan modal sosial. Disebut *bridging social capital* karena menjembatani perbedaan-perbedaan yang terdapat antara kelompok masyarakat yang memiliki nilai-nilai budaya yang berbeda, dengan lebih mengutamakan persamaan yang terdapat pada kedua pihak. Kelompok masyarakat yang secara tradisional kurang memiliki nilai-nilai budaya yang merupakan *bridging social capital* ini cenderung lebih mementingkan kelompok sendiri, bersifat eksploitatif dan mudah terlibat dalam konflik dengan kelompok lainnya. Konflik akan lebih mudah lagi terjadi pada kedua pihak yang sama-sama tidak memiliki *bridging social capital*. Sehingga prinsip dasar modal sosial menekankan pada pentingnya menjaga hubungan baik dan kepercayaan antar berbagai pihak, baik antar masyarakat sekitar, pengelola, pemerintah maupun pihak swasta (Vanclay, 2020).

Oleh sebab itu, penting kiranya merawat dimensi struktural, yang berupa susunan, ruang lingkup organisasi dan lembaga-lembaga masyarakat pada tingkat lokal, yang mewadahi dan mendorong terjadinya kegiatan-kegiatan kolektif yang bermanfaat bagi seluruh warga Masyarakat dalam konteks pengembangan sektor wisata. Dimensi struktural ini sangat penting, sebab berbagai upaya pembangunan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat akan lebih optimal bila dapat dilakukan melalui kelembagaan sosial pada tingkat lokal dan institusional. Dimensi struktural modal sosial yang secara simultan berkonsentrasi pada upaya untuk mengembangkan jaringan agensi dalam kelembagaan serta merta dapat mengoptimalkan

segala sumber daya yang ada, sehingga dengan begitu tata kelola wisata bahari Pantai Martajasah dapat ditopang oleh pengembangan modal sosial yang optimal.

5. Kesimpulan

Secara praktis, penelitian ini berhasil mengungkapkan bahwa model jaringan agensi kelembagaan yang dikembangkan di Pantai Martajasah berkonsentrasi pada kekuatan *strategi reproduksi dan strategi konversi*. *Pertama*, strategi reproduksi berusaha membentangkan jaringan agensi pada otoritasi kelompok elite pemerintah dan perusahaan swasta dalam menghasilkan kapital ekonomi berupa penanaman modal dan bantuan dana hibah. *Kedua*, strategi konversi berusaha dijalin dengan tokoh masyarakat, LSM dan lembaga pendidikan dalam rangka mengkonversi modal sosial menjadi modal simbolik (*branding and recruitment*) dan juga modal budaya (*institutionalized cultural capital*). Dalam upaya meningkatkan potensi dan pengembangan tata kelola wisata bahari Pantai Martajasah, setidaknya ada tiga program yang dapat menjadi skala prioritas dalam proses pengembangan tata kelola wisata bahari yakni (1) pemberdayaan dan pengabdian. (2). mengadakan training dan pelatihan manajerial. (3) Membantu proses *re-branding* di sejumlah sosial media. Dengan begitu, pembangunan “*blue economy*” sebagai program pembangunan nasional dapat dimulai dari hulu sehingga mempercepat proses hilirisasi Pembangunan Kawasan pesisir di Indonesia.

Secara teoritis, penelitian ini berhasil mengidentifikasi kajian modal sosial dari theory of practice Pierre Bourdieu bahwa strategi reproduksi dan strategi konversi inilah yang memberikan relasi kelembagaan yang mengakumulasi kekuatan modal sosial dengan jalan membentangkan agensi kelembagaan serta *status quo* sehingga mengantarkan Pantai Martajasah berada pada posisi strategis dalam ranah sosial. Jaringan struktural dengan kelembagaan formal serta jaringan horizontal dengan elemen masyarakat yang dibentangkan oleh pihak pengelola wisata Pantai Martajasah sebagai (*the field of struggle*) atau perjuangan yang begitu dinamis dalam “*rules of the game*”. Strategi inilah yang menjadi sumber daya yang mampu mengoptimalkan kualitas tata kelola wisata dalam rangka mewujudkan Pantai Martajasah menjadi objek wisata unggulan dan berkelanjutan di Kabupaten Bangkalan, Madura.

6. Pendanaan

Penelitian ini merupakan penelitian yang didukung oleh Hibah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Trunojoyo Madura

7. Konflik Kepentingan

Penelitian ini tidak memiliki konflik kepentingan dengan pihak manapun

Daftar Pustaka

- Adis, M., Agus, D., & Zeffa, A. (2019). *Pembangunan Berkelanjutan: Studi Kasus di Indonesia*. ByPass.
- Balitbangda. (2019, August). *Peran BUMDes Dalam Mendukung Pemberdayaan Masyarakat Desa*. <http://balitbangda.bangkalankab.go.id/index.php/berita/news/id/11>
- Elfena, L., Nurhadi, N., & Nurcahyono, O. H. (2020). Arena Produksi Kultural Kerajinan Kulit di Surakarta Dalam Tren Ekonomi Kreatif. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 7(2), 121. <https://doi.org/10.24036/scs.v7i2.244>
- Farid, A., Zahroh, H., & Sugiarti, T. (2023). Martajasah Mangrove Ecotourism Development Strategy, Bangkalan Regency, Madura. *Economic and Social of Fisheries and Marine Journal*, 010(02), 221–235. <https://doi.org/10.21776/ub.ecsofim.2023.010.02.08>
- Flyen, A. C., Flyen, C., & Hegnes, A. W. (2023). Exploring Vulnerability Indicators: Tourist Impact on Cultural Heritage Sites in High Arctic Svalbard. *Heritage*, 6(12), 7706–7726. <https://doi.org/10.3390/heritage6120405>
- Hasibuan, S. A. F., Harahap, R. H., & Purwoko, A. (2021). Peran Pemuda Dalam Pengembangan Usaha Kopi Di Kawasan Wisata Simarjarunjung. *PERSPEKTIF*, 10(2),

- 644–655. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4970>
- Jia, X., Chowdhury, M., Prayag, G., & Hossain Chowdhury, M. M. (2020). The role of social capital on proactive and reactive resilience of organizations post-disaster. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 48(April), 101614. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101614>
- Kacemi, M., Mimoune, A. E. H., & Salem, S. (2020). Tourism development and promotion project of El Mechouar citadel: Issues and limitations. *A/Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*, 17(2), 1–13. <https://doi.org/10.5505/itujfa.2020.46362>
- Kaharuddin, K., Pudyatmoko, S., Fandeli, C., & Martani, W. (2020). Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Ekowisata. In *Jurnal Ilmu Kehutanan* (Vol. 14).
- Kanom, K., Darmawan, R. N., & Nurhalimah, N. (2020). Sosialisasi Penerapan Sapta Pesona Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Lider Desa Sumberarum Kecamatan Songgon Kabupaten Banyuwangi. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 24. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v2i1.777>
- Komalasari, M. A., Sayuti, R. H., & Evendi, A. (2023). *Praktik Agensi Perempuan Pekerja Sektor Informal Dalam Pariwisata Di Kawasan Pesisir Sekotong Barat* (Vol. 5, Issue 2).
- La Ola, T., Wianti, N. I., & Tadjuddah, M. (2020). Bridging and Bounding Social Capital: Social Interaction Analysis of Islets Islanders in Wakatobi Marine National Park. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(1), 30–46. <https://doi.org/10.22500/8202028593>
- Lakon, J., Sastra, K., Budaya, D., Noor, E., Magister, F., & Budaya, I. (2019). Realitas Kekerasan Simbolik Dalam Relasi Sosial Anggota Organisasi Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Lakon*, 8(1).
- Lopez-Ortiz, D. M., Rosas-Ybañes, I. F., Cordova-Buiza, F., & Auccahuasi, W. (2023). Tourism Promotion Using Social Networks: A Systematic Review. *Proceedings of the International Conference on Tourism Research, 2023-June(2010)*, 158–165. <https://doi.org/10.34190/ictr.6.1.1130>
- Mardiyantoro, C., Herlina, H., & Mulyeni, S. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pariwisata. *Jurnal Soshum Insentif*, 6(1). <https://doi.org/10.36787/jsi.v6i1.1201>
- Mustikasari, M., Arlin, A., & Kamaruddin, S. A. (2023). Pemikiran Pierre Bourdieu dalam Memahami Realitas Sosial. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 9–14. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.5089>
- Norizan, A., & Chan, K. L. G. (2022). Peran Jaringan Sosial Dalam Aktiviti Pelancongan di Kepulauan Langkawi Geopark Kedah Malaysia. *E-BANGI: Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 19(1), 169–190.
- Okafor-Yarwood, I., Kadagi, N. I., Miranda, N. A. F., Uku, J., Elegbede, I. O., & Adewumi, I. J. (2020). The blue economy-cultural livelihood-ecosystem conservation triangle: The African experience. *Frontiers in Marine Science*, 7(July), 1–18. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.00586>
- Phetkongtong, N., & Nulong, N. (2022). Design Guidelines for the Hot Spring Renovation by Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking for Sustainable Health Tourism Promotion. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(5), 1489–1498. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170513>
- Putri, L. T., Pujiati, T., & Alfisuma, M. Z. (2023). Politeness Strategies Of Directive Speech At Digital Tourism Poster In Bangkalan, Madura. In *Culture, and Language* (Vol. 2, Issue 1).
- Raja, P., Raghu, A., Kannan, R., Sivakami, V., & Paraste, D. K. (2022). Management of Indigenous Resources for Promotion of Indigenous Tourism: a Study of Selected Tribal Districts of Madhya Pradesh. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1509–1525. <https://doi.org/10.30892/gtg.44439-971>
- Rosadi, A. (2021). Kajian Teoritik Terhadap Modal Sosial Sebagai Basis Keterlibatan Masyarakat Dalam Pembangunan Pariwisata. *BARISTA: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 8(1), 56–77. <https://doi.org/10.34013/barista.v8i1.367>
- Sutopo, O. R., & Lukisworo, A. A. (2020). Praktik Bermusik Musisi Muda dalam Skena Metal Ekstrem. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 5(2), 107. <https://doi.org/10.17977/um021v5i2p107-119>

- Vanclay, F. (2020). Reflections on Social Impact Assessment in the 21st century. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 38(2), 126–131. <https://doi.org/10.1080/14615517.2019.1685807>
- Wibowo, M. S., Novry, H., Paninggiran, K., & Heptanti, U. (2023). *Analisis Daya Tarik Wisata dan Pengelolaan Destinasi Pantai Indah Kemangi Kabupaten Kendal*.