

## Revitalisasi Perkampungan Adat Sijunjung Sebagai Pusat Destinasi Wisata Budaya Minangkabau di Sumatera Barat

Susi Evanita<sup>1\*</sup>, Indrayuda Indrayuda<sup>2</sup>, Zul Asri<sup>3</sup>, Rita Syofyan<sup>4</sup>, Zul Fahmi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author, e-mail: [susievanita@gmail.com](mailto:susievanita@gmail.com).

### Abstrak

Program Pengembangan Nagari Binaan (PPNB) ini bertujuan untuk mengembangkan Perkampungan Adat Sijunjung Kenagarian Sijunjung Kecamatan Sijunjung Kabupaten Sijunjung Sumatera barat sebagai pusat destinasi wisata budaya Minangkabau di Sumatera Barat. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan revitalisasi dalam bidang budaya dan ekonomi. Pada tahun pertama kegiatan difokuskan pada peningkatan nilai ekonomi Rumah Gadang sebagai homestay dan pengembangan wirausaha rumahan (home industri). Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan adalah Focus Group Discussion (FGD), Pelatihan dengan teknik demonstrasi dan kelompok. Penyuluhan dengan teknik door to door, dan pendampingan. Hasil yang diperoleh berupa peningkatan nilai guna homestay sebagai sumber ekonomi, melalui peningkatan service quality homestay, tumbuhnya 15 industri rumahan (tungku homestay) berkearifan lokal di setiap homestay binaan, serta menambah fungsi homestay sebagai resto original bagi pengunjung yang datang dan menginap sehingga meningkatkan income generating pemilik homestay. Dalam bidang budaya, kegiatan ini telah membangkitkan kembali dan menumbuhkan minat generasi muda untuk menghargai nilai-nilai seni budaya Minangkabau yang mereka wujudkan dalam bentuk aktifnya kembali sanggar seni budaya sebagai unsur pendukung wisata budaya dan usaha sablon yang menampilkan hasil seni budaya Perkampungan Adat Sijunjung sebagai representasi budaya Minangkabau di Sumatera Barat.

**Kata Kunci:** Destinasi Wisata Budaya; Industri Rumahan Minangkabau; Homestay; Seni Budaya

### Abstract

The Fostered Nagari Development Program (PPNB) aims to develop the Sijunjung Kenagarian Sijunjung Traditional Village, Sijunjung District, Sijunjung Regency, West Sumatra, as a center for Minangkabau cultural tourism destinations in West Sumatra. To achieve this goal, revitalization was carried out in the cultural and economic fields. The methods of implementing the activities used are Focus Group Discussion (FGD), Training with demonstration techniques, Extension with door to door, and mentoring. The results obtained are in the form of increasing the use value of homestay as an economic resource, through improving homestay service quality (furnaces homestay) with local wisdom in each of the homestay, as well as adding to the function of the homestay as an original restaurant for visitors who come and stay so as to increase income generating owner homestay. In the cultural field, this activity has revived and fostered the interest of the younger generation to appreciate Minangkabau artistic cultural values, which they embodied in the form of the active return of the cultural arts studio as a supporting element of cultural tourism and a screen printing business displaying the results of the Sijunjung Traditional Village cultural arts as a representation Minangkabau culture in West Sumatra.

**Keywords:** Art and culture; Cultural Tourism Destinations; Lodging; Minangkabau Home Industry.

**How to Cite:** Evanita, S. et al. (2023). Revitalisasi Perkampungan Adat Sijunjung Sebagai Pusat Destinasi Wisata Budaya Minangkabau di Sumatera Barat. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 409-419.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2023 by author.

---

## Pendahuluan

Perkampungan Adat Nagari Sijunjung merupakan salah satu perkampungan adat khas Minangkabau yang berada di Nagari Sijunjung, Kecamatan Sijunjung, Kabupaten Sijunjung. Perkampungan Adat secara geografis berada pada ketinggian 177 mdpl dengan titik koordinat 00°42'29,20''S 100°59'28,02''E dan luas wilayah 157,1 (*tentative list submission format*). Sebelah Utara berbatasan dengan daerah Jorong Balai-balai dan Jorong Koto Tuo, sebelah Selatan berbatasan dengan Jorong Pudak di bagian Timur berbatasan dengan Jorong Koto Tuo dan Sungai Sukam. Di bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Gadang. Diapit oleh dua sungai yaitu Batang Sukam dan Batang Palangki dan dilingkupi hutan, perbukitan, sawah dan ladang.

Perkampungan Adat Nagari Sijunjung memiliki keunikan, baik dari sisi *landscape* maupun budayanya. Dari segi *landscape*, tata kawasan Perkampungan Adat sangat sesuai dengan pola penataan tradisional nagari di Minangkabau yang merujuk pada *basawah baladang*, *babalai bamusajik* dan *balabuah batapian*. Perkampungan Adat ini dikelilingi oleh hutan, perbukitan, sawah dan ladang. Perkampungan Adat memiliki pandam pakuburan, surau, mesjid, pasar, jalan dan balai adat (Koentjaraningrat, 1985) yang tersusun pada area yang berdekatan dengan sungai. Rumah gadang berjejer di kiri dan kanan jalan sebanyak 76 rumah. Rumah Gadang tersebut tidak di susun berdasarkan suku tetapi berdiri berdampingan dengan suku lainnya. Penghuni dari Perkampungan Adat ini terdiri enam suku, yaitu suku Caniago Nan Sambilan Sapuluah Jo Patopang, Piliang, Melayu, Tono, Panai, dan Melayu Tak Timbago.

Dari sisi budaya, masyarakat Perkampungan Adat masih memegang teguh adat matrilinealnya. Tradisi dan ritual adat masih dijalankan secara baik di kawasan ini diantaranya *Bakaua Adat*, *Bantai Adat*, *Tradisi Pernikahan*, *Basiriah Tando*, *Batobo Kongsi*, dan *Baombai*. Semua tradisi ini masih terjaga sampai hari ini dan bisa dijumpai di Perkampungan Adat. Begitu pula rumah adatnya masih terjaga dengan baik. Jika ada kerusakan masyarakat akan berupaya untuk melakukan renovasi. Rumah adat ini ditinggali oleh masyarakat. Ada beberapa rumah adat yang tidak berpenghuni dan rusak berat. Semua rumah adat yang berpenghuni dapat disewa oleh pengunjung (*homestay*) untuk mendapatkan pengalaman menginap di rumah tradisional Minangkabau.

Dalam perkembangannya, perkampungan Adat juga merupakan bagian dari destinasi wisata yang menjadi target pengembangan kawasan *Geopark* Ranah Minang Silokek. Apalagi pada tahun 2018 *Geopark* Ranah Minang Silokek telah ditetapkan sebagai *Geopark* Nasional oleh Komite Nasional *Geopark* Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan proses pengembangan dan penataan kawasan perkampungan Adat melalui restorasi dan konservasi termasuk peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan dan penataan sektor pariwisata. Hal ini sejalan dengan komitmen Pemerintah Kabupaten Sijunjung untuk mengembangkan kawasan *Geopark* berdasarkan prinsip konservasi, edukasi dan pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat (Dicko, 2018). Di samping itu, arah pembangunan dan pemberdayaan nagari merupakan salah satu prioritas pembangunan di Kabupaten Sijunjung. Hal ini ditegaskan dalam *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2016-2021* dimana visi pembangunan jangka menengah untuk 5 tahun tersebut adalah "Terwujudnya Nagari Madani yang Maju, Jaya, Adil dan Sejahtera. Pencapaian visi pembangunan tersebut dilakukan melalui perwujudan misi pembangunan jangka menengah yaitu: 1) mewujudkan perekonomian masyarakat yang berdaya saing, 2) mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang sehat, cerdas dan berakhlak mulia, 3) mewujudkan infrastruktur yang berkualitas dan merata, 4) mewujudkan pemerintahan yang bekerja dan melayani, 5) mengoptimalkan pengelolaan sumber daya alam yang berwawasan lingkungan, 6) melakukan revitalisasi adat dan budaya berlandaskan *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah* RPJMD (Perubahan Kabupaten Sijunjung Tahun 2016-2021). Upaya pengabdian yang dilakukan juga dapat menjadi salah satu wujud dari pencapaian visi dan misi yang ada melalui dukungan akademis.

Perkampungan Adat Nagari Sijunjung sebagai representasi perkampungan Minangkabau merupakan pusat pengembangan pariwisata khususnya wisata edukasi budaya dalam mengenalkan kembali budaya Minangkabau ke generasi muda Sumatera Barat (Yonavilba, 2017). Melalui wisata edukasi budaya Minangkabau ini diharapkan mampu mengedukasi generasi muda Minangkabau untuk kembali mengenalnya, mencintainya dan menanamkan kebanggaannya pada budaya leluhurnya yang sekaligus memanggil mereka untuk memfungsikan dirinya sebagai generasi dalam melestarikan budaya Minangkabau ke depan, baik yang lahir dan besar di Sumatera Barat maupun di perantauan.

Sebagai salah satu destinasi wisata budaya dalam kawasan *Geopark* Ranah Minang Silokek terdapat beberapa permasalahan di perkampungan Adat. Pertama, selama ini kunjungan ke perkampungan Adat masih terbatas dan rendah. Rata-rata pengunjung yang datang adalah tamu pemerintah daerah baik dari pemerintah pusat maupun dari pemerintah daerah lain yang diarahkan untuk menginap di perkampungan Adat. Tanpa adanya fasilitas dari pemerintah semacam ini, pengunjung yang menginap ke perkampungan Adat nyaris tidak ada. Mereka menginap dengan fasilitas yang jauh lebih sederhana dan minimalis jika

dibandingkan dengan hotel. Baik dari segi tempat tidur, fasilitas toilet dan sebagainya. Apalagi sebagian besar rumah adat yang ada di daerah ini masih dihuni oleh pemiliknya. Akhirnya pengunjung akan tinggal bersama dengan pemilik rumah, yang harusnya mampu merepresentasikan budaya Minangkabau dalam kehidupan mereka.

Berikut ini adalah beberapa foto gambaran Perkampungan Adat di Nagari Sijunjung.



**Gambar 1. Perkampungan Adat Nagari Sijunjung**

Selain dari segi fasilitas, kesadaran masyarakat akan pentingnya pemberian pelayanan pariwisata yang berkualitas juga masih rendah. Ketika tamu datang, terkadang mereka menyambut tamu dengan pakaian seadanya bahkan bisa dikatakan tidak cocok untuk menerima tamu. Bahasa yang digunakan kepada tamu juga belum menggambarkan adanya pelayanan yang baik. Padahal pelayanan yang baik merupakan salah satu hal penting dalam jasa pariwisata.

Dari sisi budaya generasi muda perkampungan adat juga mengalami degradasi budaya sebagaimana terjadi pada generasi muda pada umumnya. Globalisasi telah membawa arus informasi tanpa pembendung pada generasi muda, yang pada akhirnya melemah dan semakin pudarnya kesadaran mereka akan budaya sendiri. Oleh sebab itu, sangat diperlukan revitalisasi dan rekonstruksi budaya di kalangan generasi muda. Rekonstruksi Nilai Budaya di tengah (Subhan & Hamsah 2018). Untuk itu, berbagai kegiatan yang terkait dengan pengembangan kecintaan dan kebanggaan pada budaya sendiri (Minangkabau) sangat diperlukan.

Perkampungan Adat sudah memiliki empat kelompok sadar wisata (pokdarwis). Namun pokdarwis tersebut selama ini belum mendapatkan pendidikan dan pelatihan yang memadai. Pokdarwis belum terlatih dalam pengelolaan organisasi dan lingkungan. Program-program pokdarwis untuk menarik pengunjung berwisata ke perkampungan Adat juga belum terarah dan tidak jelas. Bahkan pokdarwis ini banyak beranggotakan masyarakat dengan usia lanjut di atas 60 tahun. Jika usia anggota pokdarwis ini sebagian besar sudah lanjut, tentu akan lebih sulit untuk menanamkan nilai-nilai pelayanan jasa dan strategi pengembangan pariwisata. Perlu dilakukan revitalisasi untuk pokdarwis ini agar diseleksi dari orang-orang yang potensial, punya pengalaman dan punya potensi untuk mengembangkan sektor pariwisata khususnya di perkampungan Adat. Selain itu, orang-orang yang terseleksi dengan baik ini akan lebih mudah untuk diberikan pendidikan dan pelatihan serta punya visi untuk pengembangan kepariwisataan di perkampungan Adat.

Selain itu, berbagai tradisi dan seni budaya yang dimiliki juga belum mampu diorganisir dengan baik. Misalnya tradisi *Bakaua Adat*, *Bantai Adat*, *Tradisi Pernikahan*, *Basiriah Tando*, *Batobo Kongsi*, dan *Baombai* yang telah dijelaskan di atas. Masih jarang wisatawan bahkan di Sumatera Barat sendiri yang mengetahui bahwa tradisi-tradisi ini masih ada sampai sekarang di perkampungan Adat Nagari Sijunjung. Kegiatan seni budaya ini sebenarnya bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal atau bahkan mancanegara untuk datang dan melihat seni budaya asli Minangkabau. Jika kegiatan-kegiatan ini bisa dikelola dengan baik, terjadwal dengan jelas dan juga tersosialisasi secara luas akan bisa menjadi modal untuk mendatangkan wisatawan. Selain itu, perkampungan Adat berpotensi menjadi salah satu basis wisata pendidikan budaya Minangkabau untuk Kabupaten Sijunjung khususnya Sumatera Barat pada umumnya. Jika ada sekolah termasuk perguruan tinggi yang ingin mempelajari dan melakukan studi lapangan tentang adat budaya Minangkabau, mereka bisa datang dan belajar di perkampungan Adat. Jadi, Perkampungan Adat bisa menjadi desa wisata budaya dan pendidikan adat istiadat Minangkabau.

Selain dari segi kekayaan budaya, kawasan perkampungan Adat ini juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan beberapa destinasi wisata lain di Kabupaten Sijunjung seperti Silokek yang jalannya rawan longsor. Sumpur Kudus jaraknya jauh Sementara, perkampungan Adat ini berada di tengah kota dengan akses jalan yang baik dan merupakan jalur lintas Sumatera yang dilalui oleh para pengendara yang akan ke Pulau Jawa. Kondisi ini memungkinkan perkampungan Adat didatangi oleh wisatawan dari luar

---

Kabupaten Sijunjung. Semua potensi yang ada sebetulnya membuat perkampungan Adat strategis untuk dikembangkan tapi pengembangannya sampai saat ini belum optimal dan belum terlalu dikenal, bahkan di Sumatera Barat sendiri. Perkampungan Adat ini masih kalah terkenal dibandingkan dengan Seribu Rumah Gadang di Kabupaten Solok Selatan misalnya atau Pariangan di Kabupaten Tanah Datar. Padahal potensi yang dimiliki tidak kalah sama sekali.

Sektor pariwisata akan berkorelasi positif dengan sektor ekonomi. Artinya peningkatan aktifitas pariwisata di perkampungan Adat seharusnya juga akan memberikan tambahan pendapatan dan kesejahteraan kepada masyarakat. Namun jika kita lihat di perkampungan Adat, sumber-sumber pendapatan yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat masih terbatas. Pendapatan masyarakat masih bertumpu pada hasil penyewaan rumah adat yang ada di perkampungan Adat. Kita akan kesulitan menemukan toko souvenir, mini market atau supermarket, tempat bermain anak atau sentra-sentra lain yang dapat menjadi pusat pendapatan. Padahal ada berbagai potensi yang dapat menjadi sumber peningkatan ekonomi masyarakat di perkampungan Adat ini. Misalnya pemanfaatan halaman rumah adat untuk tanaman-tanaman yang bernilai ekonomis dan dapat dijual, spot foto yang bisa disewakan untuk swafoto, taman bermain terutama permainan-permainan tradisional, toko souvenir dan lain sebagainya.

Berbagai seni, tradisi dan budaya yang dipaparkan di atas juga bisa dijadikan sebagai sarana pengembangan ekonomi lokal melalui diadakannya festival-festival kesenian. Perkampungan adat bisa membuat kalender *event* pariwisata tahunan yang nanti bisa dipromosikan secara luas. Terutama untuk membuat *event-event* di masa libur sekolah atau akhir pekan. Saat *event* ini dilaksanakan berbagai kegiatan ekonomi juga bisa dihidupkan seperti fotografi, souvenir, pameran produk khas lokal dan lain sebagainya.

Dalam pengembangan perkampungan Adat Nagari Sijunjung memprioritaskan pada pembangunan perekonomian masyarakat yang berdaya saing dan melakukan revitalisasi adat dan budaya yang dimiliki, hal ini dimaksudkan sebagai upaya peningkatan nilai ekonomi dari potensi yang ada. Revitalisasi yang dimaksud disini lebih berfokus pada pemberdayaan dan pengembangan kompetensi masyarakat serta kawasan Perkampungan adat Sijunjung melalui pengabdian yang dilakukan agar dapat menjadi kawasan wisata bernilai bisnis berkelanjutan yang dilaksanakan dengan pemberian pelatihan, pendampingan dan bimbingan keterampilan berwirausaha. Pencapaian hal tersebut diupayakan dengan pemanfaatan berbagai keunikan yang dapat mendukung pengembangan wisata pada nagari tersebut. Dimana hal ini adalah jawaban dari sasaran yang dicapai pada tahap pertama pada pengabdian ini yaitu pengembangan kemampuan berwirausaha dengan pemanfaatan peluang berwirausaha.

Berdasarkan permasalahan di atas maka pembenahan terhadap sektor pariwisata dan ekonomi dinilai sebagai dua aspek yang saat ini prioritas untuk dikembangkan di Perkampungan Adat Nagari Sijunjung Kabupaten Sijunjung. Hal ini juga didukung juga oleh hasil diskusi dengan Wali Nagari dan Jorong yang ada disana. Pengembangan dan penataan kawasan perkampungan Adat ini akan menjadi program yang diusulkan pada Program Pengembangan Nagari Binaan (PPNB) yang diajukan kali ini.

## Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode *in-service training program* yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini akan melibatkan tim Dosen dan para narasumber dari bidang-bidang yang relevan seperti bidang pariwisata, ekonomi, seni budaya, kewirausahaan dan komunikasi (pelayanan).

Kegiatan ini juga melibatkan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan pemerintahan Nagari Sijunjung, Kecamatan Sijunjung, Kabupaten Sijunjung. Mitra ini berpartisipasi langsung dalam memfasilitasi kegiatan ini baik dari segi penyediaan tempat dan sarana prasarana kegiatan, memfasilitasi peserta untuk berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dirancang dan membantu tim dalam memberikan penyiapan berbagai administrasi yang dibutuhkan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi permasalahan masyarakat nagari dengan pendekatan holistik, membantu program pemerintah dalam membangun masyarakat dan wilayah nagari serta membangun nagari binaan sebagai salah satu model *science techno park* Universitas Negeri Padang (UNP).

## Hasil dan Pembahasan

Hasil pelaksanaan pengabdian ini dimaksudkan agar terjadinya peningkatan mutu dan nilai ekonomi potensi *homestay* nagari binaan khususnya keberdayaan mitra dalam mengelola kawasan Perkampungan Adat Sijunjung sebagai pusat destinasi wisata edukasi budaya Minangkabau di Sumatera Barat yang sekaligus meningkatkan ekonomi masyarakat. Melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan pada kegiatan pengabdian ini telah berhasil menumbuhkan 15 usaha rumahan berkearifan lokal yang telah memiliki Nomor Izin Berusaha, enam diantaranya telah memperoleh sertifikat Perusahaan

Rumah Tangga (PRT), dan lima diantaranya telah memiliki Sertifikat Halal. Di samping itu juga telah muncul satu kelompok seni budaya khusus tari yang bernama Padang Ranah Community (PDR Community). Kegiatan tahun pertama ini juga telah dirancang Website Tungku Passera sebagai sarana promosi Perkampungan Adat serta produk industri rumahan. Lebih jelasnya capaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan pada tahun 2022 sebagaimana terlihat pada tabel 1. berikut :

**Tabel 1. Hasil capaian pengabdian Program Pengembangan Nagari Binaan Perkampungan Adat Sijunjung Nagari Sijunjung Kabupaten Sijunjung Tahun 2022.**

Capaian Tim	Capaian melalui Pemerintah	Kolaborasi
Meningkatnya pelayanan ( <i>service quality</i> ) <i>homestay</i> dalam menerima tamu dan kemampuan Marketing dasar.	Melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga : Bertambahnya fasilitas untuk tamu yang dimiliki <i>homestay</i> (kasur, selimut)	Dalam proses perencanaan kegiatan tahun ke-2 bersama dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dengan menambah jumlah <i>homestay</i> binaan.
Meningkatnya pengetahuan pemilik <i>homestay</i> dalam berwirausaha	Melalui Dinas Perdagangan Perindustrian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah: Terbitnya 15 Nomor Induk Berusaha (NIB) Terbitnya enam Sertifikat Perusahaan Rumah tangga (PRT) Terbitnya lima sertifikat Halal	Dalam Proses pada Tahun ke-2 pengabdian berikutnya dalam rangka keberlanjutan usaha dan peningkatan kemasan produk dan pemasarannya atau keberlanjutannya.
Meningkatnya Kompetensi membaca peluang bisnis yang memunculkan usaha original resto di setiap <i>homestay</i> binaan.		
Tumbuhnya 15 industri rumahan sebagai wujud pemanfaatan peluang bisnis	Terbitnya sertifikat Halal bagi Produk makanan	
Meningkatnya nilai Produk yang sudah ada menjadi produk bernilai jual		
Tumbuhnya usaha sablon dikalangan pemuda melalui pelatihan ( <i>workshop</i> ).		
Meningkatnya seni petunjuk berbasis seni budaya khas daerah dalam bentuk kelompok yang bernama padang ranah <i>community</i> .		Dalam proses pada tahun ke-2 pengabdian bersama dengan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan serta Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Nagari untuk meningkatkan kualitas dan frekuensi pertunjukkan.
Rancangan website <i>tungkupasera.com</i> sebagai sarana promosi		

Berdasarkan hasil yang telah dicapai pada tabel 1 diatas dapat diuraikan beberapa hal sebagai berikut:

#### **Peningkatan *Service Quality Homestay* dan Apsek pemasaran**

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dengan meningkatkan kualitas jasa berdasarkan dimensi dari kualitas jasa itu sendiri. Menurut Haniful & Abror (2021) menyebutkan dimensi *service quality* adalah keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan terbimbing pada tiap-tiap sasaran. Sasaran utama dari peningkatan kualitas pelayanan ini adalah para

pengelola *Homestay* yang ada dikawasan perkampungan Adat. Pada peningkatan kualitas jasa dari *homestay* perkampungan Adat telah menunjukkan perubahan pada arah positif, jika dilihat dari dimensi-dimensi kualitas jasa, hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Keandalan (*reliability*), keandalan berkaitan dengan kemampuan *homestay* untuk memberikan jasa yang sesuai sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai yang dijanjikan. Saat ini, para pemilik *homestay* sekaligus sebagai pelayan telah mampu menunjang berbagai fasilitas-fasilitas *homestay* dalam meningkatkan layanan yang memenuhi konsep layanan sepenuh hati (*Excelant Service*) yang dibutuhkan wisatawan.
- b) Daya tanggap (*responsiveness*), pemilik *homestay* telah memperhatikan hal apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan, seperti menanyakan kepada wisatawan akan makan di *homestay* atau diluar, termasuk akan makan makanan seperti apa yang diinginkan. Disamping itu, pemilik *homestay* juga menyediakan waktu untuk sedikit bercengkrama dengan wisatawan untuk menggali layanan seperti apa yang diinginkan melalui pembicaraan ketika wisatawan datang. Wisatawan sebagai pemakai jasa *homestay* diperlakukan layaknya anggota keluarga tujuannya agar wisatawan merasa nyaman dan diperhatikan ketika menginap.
- c) Jaminan (*assurance*), hal ini menjadi aspek penting dalam menciptakan kepercayaan wisatawan. Pemilik *homestay* sudah memberikan layanan yang santun dan ramah serta berbahasa Indonesia yang sebelumnya masih menggunakan bahasa daerah dengan nada yang agak sedikit keras. Sehingga hal ini perlu dirubah terlebih ini berkaitan dengan komunikasi dengan pelanggan, aspek ini telah mengalami peningkatan dengan adanya binaan seperti halnya prinsip meningkatnya prinsip perhatian serta respon pada pelanggan atau pengunjung.
- d) Empati (*empathy*), adanya perhatian personal merupakan hal yang sudah dibudayakan pada *homestay* di kawasan perkampungan Adat. Hanya saja pendekatan yang dilakukan sebelumnya masih kurang tertata dan profesional. Saat ini perhatian personal tersebut telah menunjukkan arah positif dengan adanya adanya prinsip layanan sepenuh hati. Artinya pemiliki *homestay* sudah mampu mengetahui hal-hal apa saja yang dibutuhkan pengunjung *homestay*, metode layanan yang sesuai standar serta metode layanan.



**Gambar 2. Pemilik Homestay bercengkrama dengan wisatwan**

- e) Bukti fisik (*tangibles*), fasilitas yang sebelumnya serba belum ada saat ini sudah diperhatikan untuk selalu diadakan setiap ada kunjungan wisatawan yang menginap. Paling sederhana seperti sandal, gelas minum dan cermin rias, bahkan toilet yang bersih hal tersebut dinilai penting sebagai penunjang kenyamanan wisatawan.



**Gambar 3. Toilet homestay pasca pengabdian**

Hal yang tidak kalah penting seperti lampu kamar yang perlu diperhatikan tingkat kecerahannya dan termasuk ketersediaan fasilitas makan di *homestay* dengan makanan khas perkampungan adat sijunjung yang dimasak langsung di tungku seperti Rendang Pakis, Goreng belalang, dan makan tradisonal perkampungan adat sijunjung lainnya yang saat ini *dibranding* sehingga kedepan dapat dikenal sebagai *Original resto* perkampungan adat Sijunjung.



**Gambar 4. Ranjang Palobe Yang Berlaskan Kasur**

Disamping itu hal lain yang dinilai penting adalah tempat tidur khas perkampungan adat sijunjung yang disebut *Palobe* yang juga menjadi differensiasi dari homestay ini yaitu tempat tidur atau ranjang diatas lumbung atau kotak padi yang yang dapat menjadi *experiential life* bagi wisatawan ketika berkunjung dan menginap di *Homestay* kawasan perkampungan adat.

Peningkatan kualitas pelayanan homestay dapat menumbuhkan interaksi budaya (*culture contact*) antara wisatawan atau penginap homestay dengan pemilik homestay dan masyarakat sekitar. Hal ini menimbulkan semakin nyamannya wisatawan menginap dan berada dilokasi perkampungan adat sijunjung yang dapat menikmati kenyamanan lingkungan dan budaya yang mereka miliki. Dengan terjadinya kontak budaya ini juga dapat menimbulkan kenangan yang akan mendorong untuk berkunjung kembali ke lokasi bahkan sebagian mereka menyatakan seperti kampung sendiri dan akan balik kembali (Gnoth & Zins, 2013).



**Gambar 5. Pembinaan terbimbing pada pengelola dan pemilik homestay tetang konsep layanan**

Menurut Hein (2022) menyebutkan bahwa Dalam arkeologi kontak budaya hanya sedikit orang yang mengambil konsep keterikatan antara manusia dan budaya yang ada. Namun hal ini dilakukan oleh para pengelola khususnya pemilik homestay dalam memberikan pelayanan sepenuh hati dengan sentuhan kebiasaan dari kebudayaan yang ada. Pengabdian yang dilakukan terus mengupayakan pembiasaan hal tersebut pada para pemilik dan pengelola homestay melalui pembinaan terbimbing, yang memadukan konsep *Excelant service* modern dengan sentuhan kebudayaan minang (*Ramah tamah*). Hal yang tidak kalah penting adalah peninjolan experiential marketing, hal ini dimaksudkan untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli atau mengenali merek dengan memberikan pengalaman tertentu untuk mengembangkan rangsangan emosional (Xu et al., 2022) khususnya konsep homestay berkearifan lokal dengan nilai kebudayaan daerah khas Sijunjung, hal ini terus diupayakan bersama dengan tim pengabdian untuk selalu dikembangkan sebagai konsep (brand image) dari pada homestay yang ada di perkampungan adat.

### Tumbuhnya UMKM baru atau industri rumahan di setiap *homestay* binaan

Selain *homestay* yang dijadikan sebagai sumber ekonomi Masyarakat, tim pengabdian juga melakukan bimbingan pada masyarakat dalam pengembangan produk-produk khas *homestay* yang sudah ada. Khususnya dalam pengemasan produk-produk UMKM dengan melengkapi atribut-atribut produk. Menurut Antonides & Hovestadt (2021) atribut yang harus ada pada sebuah produk khususnya produk barang dapat berupa , harga produk, fitur produk, desain produk, kualitas produk, dan gaya produk. Pengadaan atribut yang dimaksud telah menunjukkan peningkatan pada produk-produk *homestay* yang mempunyai ciri khas dan berkearifan lokal pada tiap produk yang ada.

Setiap *homestay* binaan (15 *homestay*) saat ini sudah memiliki UMKM dalam skala industri rumahan yang menghasilkan produk berbasis kearifan lokal, antara lain rendang jengkol, rendang pucuk ubi, rendang belalang, rendang daging, kalamai, stik kentang, keripik pisang, minyak tanak kelapa, madu galo-galo, tenun, kembang goyang, dan wajik. Berkat binaan saat ini terdapat 15 UMKM yang sudah memiliki NIB, enam diantaranya telah memiliki sertifikat PIRT dan lima diantaranya telah memiliki sertifikat Halal. UMKM tersebut bergerak dengan binaan kewirausahaan yang dapat menunjang pemasukan lainnya disamping pendapatan dari *homestay* yang dimiliki. Hal tersebut dimaksudkan agar produk-produk UMKM binaan dapat menjadi produk oleh-oleh bagi para wisatawan tanpa harus berbelanja ditempat lain untuk membeli oleh-oleh. Merk dari setiap home industry binaan disesuaikan dengan rumah nomor adat yang sudah dimiliki dengan menambahkan kata tungku diawalnya yang berarti tempat memasak ditunjukkan sebagai berikut. Adapun UMKM yang sudah memiliki izin berusaha tersebut adalah Tungku 34, Tungku 09, Tungku 56, Tungku 69, Tungku 73, Tungku 44, Tungku 03, Tungku 06, Tungku 11, Tungku 36, Tungku 27, Tungku 40, Tungku 81, Tungku 85, dan Tungku 78.

Sebagian dari UMKM tersebut saat ini sudah mulai memproduksi secara berkelanjutan produk-produk rumahan yang diproduksi serta melakukan pengembangan produk seperti peningkatan atribut produk yang telah dibimbing seperti halnya kemasan, Merek, desai logo, pengemasan termasuk label.



Gambar 6. Produk-produk UMKM Perkampungan Adat

### Tumbuhnya *Original resto homestay*

Berkat bimbingan dan binaan saat ini masakan khas tiap rumah telah dibranding sebagai *Original resto*, hal ini berkaitan dengan masakan-masakan khas tiap-tiap *homestay* yang dimasak langsung oleh pemilik rumah atau pemilik *homestay*. Makanan tersebut bukanlah makanan-makanan modern melainkan makanan tradisional khas perkampungan adat sijnjung yang dimasak langsung dengan tungku dan kayu bakar, termasuk pengolahan bumbu yang masih dilakukan secara tradisional seperti menghaluskan bumbu secara manual dengan tangan, santan yang diperas langsung dan proses memasak yang menggunakan tungku kayu bakar. Dengan demikian semua proses memasak dilakukan secara alami yang sudah jarang ditemukan dipertkotaan.



Gambar 7. Proses memasak masakan *Original resto*



Original resto ini diharapkan juga menjadi produk unggulan yang tentunya tidak dimiliki oleh *homestay-homestay* lain diluar kawasan perkampungan adat sijunjung. Upaya yang dilakukan yaitu bimbingan pengemasan produk, pemasaran serta memasarkan produk dengan memanfaatkan media digital termasuk dengan memanfaatkan website *tungkupasera.com* yang dalam proses pendesaian website. Dengan demikian *Homestay* dapat memiliki produk unggulan yang unik yang dapat menjadi daya tarik bagi para pengunjung untuk berkunjung kembali ke homestay perkampungan adat sijunjung.

Dengan hadir home industri dan original resto disetiap homestay binaan dapat meningkatkan pengalaman wisatawan yang berkunjung dan menginap dihomestay untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam proses produksi berbagai produk yang dihasilkan. Dengan kata lain terciptanya marketing experience sebagai strategi pemasaran homestay yang membuat pelanggan mendapat pengalaman proses produksi produk yang sekaligus juga menjadi daya tarik untuk berkunjung kembali ke lokasi homestay perkampungan adat sijunjung (Resmiwati, 2010).

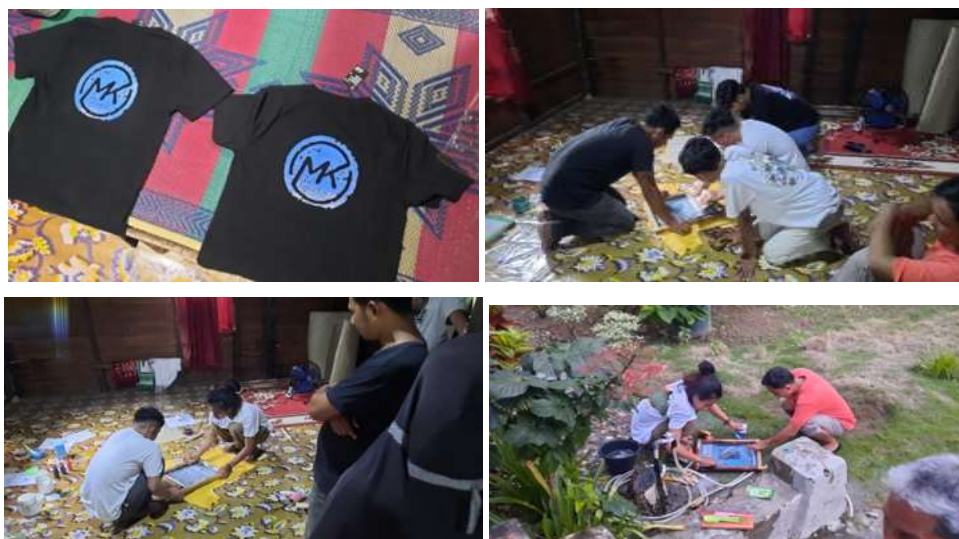
### Munculnya sanggar kesenian Padang Ranah Community

Hal ini dimaksudkan sebagai upaya kembali menggali seni budaya daerah untuk dikembangkan dan dipertunjukkan pada tamu wisata dan keikut sertaannya dalam berbagai festival seni di daerahnya. Kehadirannya diharapkan sebagai pendukung wisata budaya berkearifan lokal. Sanggar ini beranggotakan anak muda yang dibina agar dapat menjadi penggiat wisata dikawasan tersebut. Sanggar seni ini diupayakan pembimbingnya sebagai wadah dalam membina anak-anak perkampungan adat dalam mempersiapkan dan berlatih berbagai pertunjukan budaya dan seni daerah, disamping itu diharapkan kedepannya sanggar dapat menyelenggarakan pertunjukan berkelanjutan pada setiap minggunya sehingga hal ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan selain untuk melihat perkampungan adat wisatawan juga dapat menyaksikan berbagai pertunjukan budaya dan seni tradisional yang memiliki keunikan tersendiri bagi banyak kalangan.

Saat ini sanggar seni ini baru memiliki anggota sebanyak 12 orang, dan pencapaian terakhir sanggar seni ini yaitu sudah ikut serta berpartisipasi pada kegiatan Pentas matrilineal yaitu Festival Matrilineal Nasional dan festival internasional alek mandeh pada akhir tahun 2022. Sehingga dengan ikut sertanya peserta sanggar *Padang Ranah Community* pada kegiatan tersebut dapat mendorong anak-anak perkampungan adat lainnya ikut adil bergabung pada sanggar seni ini sehingga dapat meningkatkan variasi pertunjukan seni dan pertunjukan yang dapat disiapkan untuk ditampilkan termasuk bagi para pengunjung homestay.

### Tumbuhnya usaha Sablon

Usaha sablon yang digeluti merupakan Program dari Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang menjual kaos khas perkampungan adat yang menampilkan berbagai arsitektur perkampungan adat dan kehidupan perkampungan adat Sijunjung. Hanya saja sebelumnya baju-baju kaos yang dijual adalah baju-baju hasil sablon dari Bandung yang gambar dan desainnya dikirim dan diupahkan pada pihak ketiga. Hal tersebut tentu akan memperbesar biaya produksi serta terbatasnya ruang bagi pemilik usaha sablon untuk berkreasi karena tidak memiliki fasilitas sablon termasuk kompetensi menyablon.



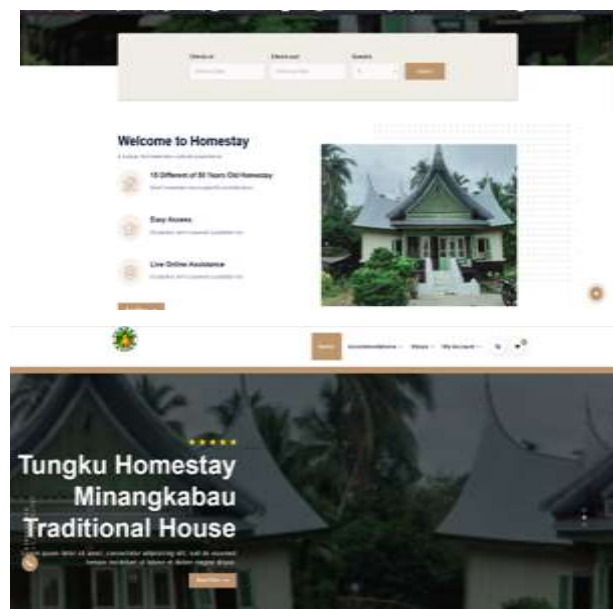
**Gambar 8. Kegiatan pelatihan Sablon pada Pokdarwis**

Saat ini sudah diadakan pelatihan dan pembimbing Sablon kepada para pelaku Pokdarwis, dengan harapan kedepan kaos-kaos yang dijual merupakan hasil produk sendiri sehingga dapat meminimumkan

biaya produksi dan para pemilik usaha memiliki kebebasan untuk mengkreasikan bentuk dan model sablon yang diinginkan. Baju kaos yang dijual tersebut juga diarahkan pada hasil-hasil sablon yang menonjolkan ciri khas perkampungan adat sijunjung, sehingga hal ini juga dapat menjadi media pengenalan perkampungan adat sijunjung pada masyarakat luas sekaligus sebagai media pemasaran daerah perkampungan adat sijunjung sendiri. Kedepannya usaha sablon tidaknya terikat pada pernak pernik berupa kaos saja namun juga pernak- pernik lainnya yang dapat disimpulkan sehingga produk yang ditawarkan lebih variatif.

### Hadirnya TUNGKUPASSERA.com

TUNGKUPASSERA.com ini di inisiasi sebagai pusat informasi online yang berisikan informasi tentang berbagai *homestay* dan tamunya tampilan menu nantinya akan ditampilkan seperti, promo tungku passera (perkampungan adat sinjunjung serba ada) hari ini, original resto, proses produksi produk home industri yang akan dikembangkan fiturnya secara bertahap. Kedepannya media ini dapat menjadi wadah atau sarana pemasaran yang lebih kompleks untuk memperkenalkan perkampungan adat sijunjung lebih luas, disamping itu juga sebagai pendukung pemasaran berbasis digital dari produk-produk yang dihasilkan tiap *homestay* pada kawasan perkampungan adat.



Gambar 9. Rancangan Website <https://www.tungkupasera.com/> sebagai media marketing perkampungan adat

## Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari pelaksanaan pelatihan dan pembinaan pada Program Pengembangan Nagari Binaan (PPNB) dapat disimpulkan kegiatan ini telah melakukan pendampingan dengan pelatihan dan pembinaan pada pelaku dan pendukung pariwisata perkampungan adat Sijunjung seperti telah dilaksanakannya pelatihan dan pendampingan terkait peningkatan service quality pada *homestay* yang ada di kawasan perkampungan adat sijunjung dengan original resto makanan khas tradisional sijunjung. Pendampingan dan pembinaan UMKM yang ada yang tidak lain adalah para pemilik *homestay* yang ada termasuk pembentukan sanggar seni sebagai wadah untuk mempersiapkan pertunjukan seni khas daerah pada Wisatawan, serta pembinaan usaha Sablon yang di inisiasi agar terciptanya pernak-pernik berupa kaos, gelas yang disablon yang diproduksi langsung oleh pelaku usaha yang menonjolkan adat dan budaya khas Sijunjung. Terakhir menghadirkan platform digital TUNGKUPASSERA.com sebagai wadah pemasaran baik pemasaran *homestay* yang ada maupun produk-produk yang dihasilkan di kawasan perkampungan adat sijunjung

---

## Daftar Pustaka

- Antonides, G., & Hovestadt, L. (2021). Product attributes, evaluability, and consumer satisfaction. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22). <https://doi.org/10.3390/su132212393>
- Gnoth, J., & Zins, A. H. (2013). Developing a tourism cultural contact scale. *Journal of Business Research*, 66(6), 738-744.
- Karim, H., & Abror, A. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Minat Mengunjungi Kembali Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(1), 1-9.
- Hein, A. (2022). Culture Contacts in Ancient Worlds: A Review of Theoretical Debates and Practical Applications. *Journal of World History*, 33(4), 541–579. <https://doi.org/10.1353/jwh.2022.0036>
- Koentjaraningrat, K. (1985). *Kebudayaan, Mentalitas, dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.
- Yonavilba, E. (2017). Pemuda Harus Dibekali Budaya Minangkabau. <https://www.infopublik.id/read/185868/pemuda-harus-dibekali-budaya-minangkabau.html>.
- Peraturan Daerah Kabupaten Sijunjung Nomor 7 tahun 2016 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2016-2021
- RPJMD Perubahan Kabupaten Sijunjung Tahun 2016-2021
- Dicko, D. (2018). Geopark Silokek Sijunjung Resmi Sebagai Geopark Nasional. Diakses dari <https://jurnalsumbar.com/2018/11/geopark-silokek-sijunjung-resmi-sebagai-geopark-nasional/> tanggal 20 Maret 2021
- Resmiwati, R. (2010). Degradasi Kultural Dalam Kehidupan Remaja. <https://www.neliti.com/id/publications/28549/deggradasi-kultural-dalam-kehidipan-remaja>.
- Subhan, Widiensyah & Hamsah, H. (2018). Dampak Perubahan Global terhadap Nilai-nilai Budaya Lokal dan Nasional. *Jurnal Hermeneutika*, 4(1).
- Xu, W., Jung, H., & Han, J. (2022). The Influences of Experiential Marketing Factors on Brand Trust, Brand Attachment, and Behavioral Intention: Focused on Integrated Resort Tourists. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013000>