
Transformasi Nagari Koto Laweh: dari Lahan Pertanian ke Destinasi *Mountain Tourism*

Okki Trinanda^{1*}, Endang Sepdianus², Yunia Wardi³

^{1,3}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

²Program Studi Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

okki.trinanda@fe.unp.ac.id*

Article information	Abstrak
<p>Article history: Received 11 Februari 2025 Approved 18 Februari 2025</p>	<p><i>Pengembangan pariwisata berbasis komunitas menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan kawasan Mountain Tourism di Nagari Koto Laweh, Kabupaten Tanah Datar, melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Metode yang digunakan meliputi Focus Group Discussion (FGD), pemetaan kawasan berbasis ilmiah, pelatihan bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), pembuatan konten promosi, serta pemasangan plang dan baliho destinasi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan Sawah 9 terpilih sebagai lokasi utama Mountain Tourism karena aksesibilitas yang baik, kepemilikan lahan yang mendukung, serta daya tarik panorama tiga gunung yang ikonik. Selain itu, strategi digital melalui pembuatan konten kreatif berhasil meningkatkan eksposur destinasi di media sosial. Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menekankan pentingnya kolaborasi antara komunitas lokal dan akademisi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Implikasi dari pengabdian ini menyoroti perlunya dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah serta strategi pemasaran digital yang lebih intensif untuk memastikan keberlanjutan Mountain Tourism sebagai destinasi unggulan di Sumatera Barat.</i></p> <p>Kata kunci : <i>Mountain Tourism; Pariwisata Berkelanjutan; Pengembangan Destinasi; Pemasaran Digital; Nagari Koto Laweh</i></p>

PENDAHULUAN

Nagari Koto Laweh terletak di Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu sentra pertanian yang menghasilkan berbagai jenis sayuran berkualitas tinggi berkat kesuburan lahannya

(Akbar & Tim, 2021). Meskipun mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, Nagari Koto Laweh sebenarnya memiliki potensi wisata, khususnya dalam sektor *mountain tourism*, yang hingga saat ini belum dimanfaatkan secara optimal. Potensi ini telah diidentifikasi dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) sebagai salah satu prioritas pengembangan ekonomi di nagari tersebut.

Dengan luas sekitar 880 hektar (6,55 km²), Nagari Koto Laweh terdiri dari lima jorong, yaitu Balai Gadang, Kapalo Koto, Batu Panjang, Pincuran Tujuh, dan Kandang Diguguak. Populasi nagari ini mencapai 2.820 jiwa, dengan mayoritas penduduk (80%) menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian, sementara sisanya bekerja sebagai pegawai negeri sipil (5%) dan wiraswasta (15%). Lahan pertanian yang tersebar di wilayah ini mencapai 408 hektar dan didominasi oleh tanaman padi serta sayuran, dengan sebagian kecil perkebunan kulit manis, jeruk, dan kopi. Selain itu, sebagian besar rumah tangga memiliki kolam ikan, yang menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat.

Potensi Nagari Koto Laweh sebagai destinasi *mountain tourism* terletak pada keindahan lanskapnya yang berada di kaki Gunung Singgalang. Wilayah ini menawarkan panorama sawah dan ladang hijau yang luas, kolam ikan yang tenang, serta aliran sungai yang indah dengan suhu udara yang sejuk. Lanskap seperti ini mendukung berbagai aktivitas wisata alam, seperti *downhill cycling* dan agrowisata. Selain itu, secara geografis, nagari ini berada dalam jarak yang relatif dekat dari Kota Bukittinggi, salah satu pusat wisata utama di Sumatera Barat serta memiliki akses yang cukup mudah dari Padang dan Bandara Internasional Minangkabau (BIM).

Di samping keindahan alamnya, Nagari Koto Laweh juga memiliki kekayaan seni dan budaya Minangkabau yang masih terjaga, termasuk seni tari pasambahan, silat, serta kuliner khas seperti Kareh-Kareh dan Rendang. Produk-produk tradisional ini berpotensi menjadi daya tarik wisata tambahan, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Namun, meskipun memiliki berbagai keunggulan, pengembangan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh masih menghadapi sejumlah kendala. Infrastruktur wisata yang tersedia masih sangat terbatas, dengan akses jalan yang relatif sempit dan minimnya fasilitas pendukung, seperti penginapan, restoran, serta pusat oleh-oleh. Selain itu, meskipun masyarakat telah memiliki berbagai produk lokal, pengelolaannya masih bersifat tradisional dan belum menerapkan strategi *branding*, pengemasan, serta pemasaran yang optimal. Dari segi kesiapan sumber daya manusia, masyarakat setempat masih memerlukan pelatihan untuk mengelola usaha wisata secara profesional dan berkelanjutan.

Melihat tantangan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) serta pengembangan infrastruktur pariwisata berbasis komunitas. Kegiatan ini melibatkan pelatihan dan diskusi dengan masyarakat setempat untuk menggali aspirasi mereka dalam upaya meningkatkan daya saing Nagari Koto Laweh sebagai destinasi wisata. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan nagari ini dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, khususnya generasi muda yang memiliki potensi besar namun belum termanfaatkan secara optimal.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memasuki tahun kedua dengan fokus pada pengembangan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh, Kabupaten Tanah Datar. Metode pelaksanaan yang diterapkan melibatkan serangkaian langkah strategis sebagai berikut:

1. Pendampingan penentuan kawasan *mountain tourism* untuk menentukan kawasan *mountain tourism* unggulan yang akan dikembangkan, dilakukan serangkaian kegiatan sebagai berikut:
 - a. Pemetaan kawasan berbasis kajian ilmiah oleh tim *sport tourism* dari Universitas Negeri Padang.
 - b. Pelaksanaan *focus group discussion* (FGD) yang telah dimulai sejak tahun pertama guna mengidentifikasi potensi dan tantangan yang ada.
2. Pelatihan dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam mendukung pengelolaan destinasi wisata, dilakukan beberapa pelatihan, antara lain:
 - a. Pelatihan bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) untuk meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan destinasi wisata.
 - b. Pelatihan *manajemen event* guna membekali masyarakat dalam merancang dan mengelola kegiatan wisata yang menarik bagi wisatawan.
3. Pembuatan dan penguatan media promosi. untuk memperkenalkan dan mempromosikan *mountain tourism* Koto Laweh, dilakukan langkah-langkah berikut:
 - a. Pembuatan video profil Nagari Koto Laweh sebagai media promosi yang dapat diakses oleh calon wisatawan.
 - b. Pemasangan plang dan baliho destinasi wisata *mountain tourism* di sepanjang jalan utama Padang-Bukittinggi guna meningkatkan visibilitas kawasan wisata.

Indikator Keberhasilan

Untuk mengukur efektivitas kegiatan ini, tim menetapkan beberapa indikator keberhasilan sebagai berikut:

1. Penentuan lokasi *mountain tourism* yang khas dan mudah dijangkau oleh wisatawan.
2. Terciptanya konten kreatif media promosi *mountain tourism* Koto Laweh.
3. Terpromosikannya destinasi wisata *mountain tourism* di media sosial besar, termasuk akun resmi Universitas Negeri Padang.
4. Peningkatan keterampilan anggota POKDARWIS dalam mengelola dan mengembangkan wisata berbasis komunitas.
5. Tersedianya video profil Nagari Koto Laweh sebagai media promosi utama.
6. Terpasangnya plang dan baliho destinasi wisata *mountain tourism* sebagai sarana informasi dan daya tarik wisatawan.

Dengan metode ini, diharapkan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh dapat berkembang secara optimal dan memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat setempat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendampingan Penentuan Kawasan Lokasi Mountain Tourism

Pendampingan dalam penentuan kawasan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh, Kabupaten Tanah Datar, dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang bertempat di kantor Wali Nagari Koto Laweh. FGD ini dihadiri oleh berbagai pihak, termasuk Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, perangkat nagari, Camat X

Koto, Ketua BPRN, Ketua KAN, tokoh masyarakat, pemuda, pelaku UMKM, serta masyarakat setempat.

Dalam diskusi ini, kawasan Sawah 9 yang dikelola oleh Hendri Zet ditetapkan sebagai destinasi *mountain tourism* unggulan. Pemilihan kawasan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu:

- a. Aksesibilitas yang baik, karena lokasinya relatif dekat dari Jalan Raya Padang-Bukittinggi.
- b. Lahan yang luas dan dimiliki secara pribadi oleh Hendri Zet, yang juga memiliki jiwa wirausaha serta mendukung penuh pengembangan wisata.
- c. Potensi pertanian yang besar, sehingga dapat dikombinasikan dengan konsep agrowisata.
- d. Pemandangan yang memukau, dengan panorama tiga gunung sekaligus, yakni Gunung Singgalang, Gunung Marapi, dan Gunung Talang.



Gambar 1. FGD Awal Bersama Camat dan Perangkat Nagari

2. Pembuatan Konten Kreatif untuk Promosi

Agar promosi *mountain tourism* Koto Laweh lebih efektif, tim menghadirkan konten kreator profesional untuk menghasilkan materi promosi berkualitas tinggi. Proses produksi dilakukan dengan menggunakan kamera *mirrorless* untuk mendapatkan gambar yang tajam, serta *drone* untuk pengambilan gambar udara yang lebih menarik dan memberikan perspektif visual yang luas.



Gambar 2. Proses Pembuatan Video Oleh Tim *Content Creator*

Konten yang dihasilkan ini nantinya akan digunakan sebagai materi promosi di berbagai *platform digital*, termasuk media sosial Universitas Negeri Padang dan kanal promosi lainnya.

3. Pelatihan POKDARWIS

Sebagai bagian dari pengembangan destinasi wisata, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat juga mengadakan pelatihan bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Nagari Koto Laweh. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola wisata, memberikan pelayanan prima kepada wisatawan, serta memahami strategi pemasaran yang efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung.



Gambar 3. Pelatihan POKDARWIS

4. Pemasangan Plang dan Baliho Promosi

Pemasangan plang dan baliho sebagai penanda destinasi *mountain tourism* di kawasan Sawah 9 akan dilakukan secara bertahap. Strategi ini disesuaikan dengan meningkatnya popularitas kawasan tersebut sebagai destinasi wisata baru di Sumatera Barat. Dengan semakin dikenalnya Sawah 9, pemasangan plang akan menjadi bagian dari upaya *branding* yang lebih kuat untuk menarik wisatawan.



Gambar 4. Plang Nagari Binaan UNP

5. Dukungan Pemerintah Kecamatan X Koto

Pemerintah Kecamatan X Koto memberikan dukungan penuh terhadap pengembangan Nagari Koto Laweh sebagai Nagari Binaan Universitas Negeri Padang (UNP). Komitmen ini tidak hanya sebatas pada partisipasi dalam FGD, tetapi juga dalam bentuk dukungan dana dan tenaga pada tahun 2023 untuk mempercepat pengembangan wisata di kawasan ini.

Dengan kolaborasi antara berbagai pihak, baik dari akademisi, pemerintah, dan masyarakat setempat, diharapkan pengembangan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi perekonomian serta pelestarian budaya di daerah tersebut.

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pengembangan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata berbasis alam yang berkelanjutan. Salah satu temuan utama adalah pemilihan Sawah 9 sebagai kawasan unggulan, yang didasarkan pada aspek aksesibilitas, dukungan pemilik lahan, serta daya tarik alam berupa lanskap perbukitan dan pemandangan tiga gunung (Singgalang, Marapi, dan Talang). Hasil ini sejalan dengan penelitian Hsu et al. (2021), yang menunjukkan bahwa aksesibilitas dan dukungan pemangku kepentingan lokal merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan ekowisata.

Keberhasilan inisiatif ini tidak lepas dari partisipasi aktif berbagai pemangku kepentingan, termasuk perangkat nagari, pemerintah kecamatan, dan komunitas lokal seperti POKDARWIS. Model kolaboratif ini mendukung teori *Community-Based Tourism* (CBT) sebagaimana dijelaskan dalam studi Okazaki (2008), yang menekankan bahwa keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata dapat meningkatkan keberlanjutan serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Dukungan pemerintah dalam bentuk alokasi dana dan tenaga pada tahun 2023 juga menunjukkan bahwa sinergi antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat lokal dapat mempercepat proses pengembangan wisata. Hasil ini sejalan dengan studi Bramwell dan Lane (2011), yang menekankan bahwa pendekatan tata kelola kolaboratif dapat meningkatkan efektivitas kebijakan pariwisata berkelanjutan.

Strategi promosi yang diterapkan melalui pembuatan konten kreatif berbasis digital turut mendukung peningkatan daya tarik destinasi. Penggunaan kamera *mirrorless* dan *drone* dalam produksi konten memungkinkan penyampaian visual yang lebih menarik dan profesional, sejalan dengan studi Gretzel et al. (2019) yang menekankan peran konten digital dalam memengaruhi persepsi wisatawan. Selain itu, distribusi konten melalui media sosial Universitas Negeri Padang dan kanal lain berpotensi meningkatkan eksposur destinasi secara lebih luas, sebagaimana dibuktikan oleh penelitian Sigala (2020) mengenai efektivitas pemasaran digital dalam sektor pariwisata.

Pemasangan plang dan baliho sebagai bagian dari strategi branding destinasi juga merupakan langkah penting dalam memperkuat identitas *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh. Studi Hall (2017) menunjukkan bahwa elemen fisik seperti signage dan penunjuk arah memiliki peran signifikan dalam membangun citra destinasi serta meningkatkan pengalaman wisatawan. Dengan semakin dikenalnya kawasan ini, diharapkan jumlah kunjungan wisatawan meningkat, yang pada akhirnya dapat memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat setempat.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini tidak hanya menghasilkan *output* konkret berupa identifikasi kawasan wisata, pelatihan, dan strategi promosi, tetapi

juga memperkuat konsep keterlibatan masyarakat dan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan pariwisata. Temuan ini mendukung gagasan bahwa keberhasilan destinasi wisata berbasis alam sangat bergantung pada sinergi antara aspek tata kelola, strategi pemasaran, dan partisipasi komunitas, sebagaimana ditegaskan dalam berbagai penelitian terdahulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh menunjukkan prospek yang menjanjikan sebagai destinasi wisata berbasis alam yang berkelanjutan. Pemilihan Sawah 9 sebagai kawasan unggulan didasarkan pada aksesibilitas, dukungan pemilik lahan, serta daya tarik alam yang khas. Keberhasilan program ini tidak terlepas dari partisipasi aktif berbagai pemangku kepentingan, termasuk perangkat nagari, pemerintah kecamatan, dan masyarakat lokal. Selain itu, strategi promosi berbasis digital melalui konten kreatif turut memperkuat daya tarik destinasi dan meningkatkan eksposur kepada calon wisatawan. Penerapan konsep *Community-Based Tourism* (CBT) terbukti efektif dalam menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama di kalangan masyarakat, didukung oleh pemerintah dalam bentuk alokasi dana dan tenaga. Langkah strategis seperti pemasangan plang dan baliho serta penyebaran informasi melalui media sosial berkontribusi pada *branding* destinasi dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Ke depan, pengembangan *mountain tourism* di Nagari Koto Laweh perlu diperkuat dengan peningkatan kapasitas masyarakat, khususnya dalam aspek *hospitality*, manajemen wisata, dan pemasaran digital. Pelatihan lanjutan bagi POKDARWIS dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan, sementara diversifikasi atraksi wisata, seperti paket wisata berbasis pengalaman dan program edukasi lingkungan, akan menambah daya tarik kawasan ini. Kolaborasi antara akademisi, pemerintah, dan sektor swasta juga perlu diintensifkan untuk mendukung pengembangan infrastruktur dan promosi wisata yang lebih luas. Pemanfaatan *platform digital* serta kemitraan dengan *influencer* dan agen perjalanan dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing *mountain tourism* Koto Laweh di tingkat regional maupun nasional. Dengan langkah-langkah strategis yang berkelanjutan, destinasi ini berpotensi menjadi model pengembangan wisata berbasis komunitas yang sukses di Sumatera Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.576796>
- [2] Gretzel, U. (2019). The role of social media in creating and addressing overtourism. *Tourism Recreation Research*, 44(2), 190–199. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1599574>
- [3] Hall, C. M. (2017). *Tourism and social marketing*. Routledge.
- [4] Hsu, C. H. C., Xiao, H., & Chen, N. (2021). Hospitality and tourism research: A review of publications and research trends. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102827. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102827>
- [5] Okazaki, S. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529. <https://doi.org/10.1080/09669580802159594>

- [6] Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>