



PEGEMBANGAN WISATA SAWAH BERBASIS POTENSI LOKAL DI DESA PEMATANG JOHAR KECAMATAN LABUHAN DELI KABUPATEN DELI SERDANG PROVINSI SUMATERA UTARA

**Julianto Hutasuhut¹⁾, Bambang Hermanto²⁾, Gabena Indrayani Dalimunthe³⁾,
Ardansyah Putra Harahap⁴⁾**

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah^{1,2,3,4)}

julianto@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian (PKM) ini dilaksanakan di desa Pematang Johar kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan survey, mitra menghadapi permasalahan memasarkan produk yang disebabkan kurangnya informasi, ilmu pengetahuan dan penguasaan teknologi. Tujuan PKM ini adalah untuk memberikan sosialisasi, edukasi dan mencari solusi mengatasi permasalahan mitra. Kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi dan edukasi tentang strategi pemasaran "Marketing Mix" bagi pelaku UMK dan Pelayanan Prima di usaha Wisata Sawah Pematang Johar. Program yang ditawarkan adalah kedua mitra yaitu pelaku UMK dan usaha Wisata Sawah Pematang Johar dapat membangun kerja sama bisnis untuk pemasaran sekaligus meningkatkan nilai ekonomi produk-produk unggulan lokal. Manfaat yang diharapkan dari PKM ini antara lain produk-produk unggulan lokal dapat ditawarkan di usaha Wisata Sawah Pematang Johar, produksi pelaku UMK meningkat dan usaha Wisata Sawah Pematang dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah: 1). Sosialisai dan edukasi, 2). Metode ceramah, 3). *Focus Group Discussion* (FGD), dan 4). Metode simulasi konsep "Marketing Mix" dan Pelayanan Prima. Luaran yang diharapkan adalah peningkatan wawasan mitra tentang pengembangan usaha melalui konsep Marketing Mix dan Pelayanan Prima, publikasi jurnal dan prosiding yang ber-ISSN, publikasi pada media massa serta video pelaksanaan kegiatan.

Kata Kunci: Pengembangan, Wisata Sawah, Pematang Johar.

ABSTRACT

This service activity (PKM) was carried out in Pematang Johar village, Labuhan Deli district, Deli Serdang Regency, North Sumatra Province. Based on the survey, partners face problems in marketing their products due to a lack of information, knowledge, and mastery of technology. The purpose of this PKM is to provide socialization, education, and find solutions to overcome partner problems. The activities carried out were socialization and education about the "Marketing Mix" marketing strategy for MSEs and excellent service actors in the Pematang Johar Rice Field Tourism business. The program offered is that both partners, namely UMK actors and the Pematang Johar Rice Field Tourism business, can build business cooperation for marketing while increasing the economic value of local superior products. The expected benefits of this PKM include local superior products that can be offered in the Pematang Johar Rice Field Tourism business, the production of MSEs players increases, and the Pematang Rice Field Tourism business can make a greater contribution to improving the welfare of the community. The methods used in this PKM activity are 1). Socialization and education, 2). Lecture method, 3). Focus Group Discussion (FGD), and 4). Simulation method of the concept of "Marketing Mix" and Excellent Service. The expected output is an increase in partners' insight about business development through the concept of Marketing Mix and Excellent Service, publication of journals and proceedings with ISSN, publications in mass media, and videos of the implementation of activities.

Keywords: Development, Rice Field Tourism, Pematang Johar.



PENDAHULUAN

Sebelum pandemi Covid-19, kondisi pembangunan di Indonesia pada dasarnya sedang berkembang menuju kehidupan yang lebih baik dengan pertumbuhan ekonomi yang baik. Namun dengan munculnya pandemi Covid-19 kondisi tersebut melemah dan sampai saat ini hampir seluruh aspek kehidupan giat berbenah untuk dapat beradaptasi termasuk juga usaha Wisata Sawah di desa Pematang Johar Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Terkait dengan pembangunan sektor ekonomi, sampai dengan saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia masih mengalami fluktuasi yang dikhawatirkan dapat mengganggu perekonomian Nasional. Sebagaimana dijelaskan Kepala BPS, Margo Yuwono "Secara kumulatif, pertumbuhan ekonomi Indonesia Semester I 2021 dibandingkan dengan Semester I 2020 tumbuh 3,10 persen," kata Margo dalam konferensi pers, Kamis, 5 Agustus 2021^[1]. Dari data BPS ini diketahui bahwa secara spasial, seluruh wilayah di Indonesia telah mengalami perbaikan pertumbuhan ekonomi tak terkecuali Kabupaten Deli Serdang yang banyak memiliki sektor usaha di bidang pariwisata. Salah satunya terdapat di Desa Pematang Johar yang merupakan salah satu dari 5 desa yang ada di Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Sebagian besar masyarakat Desa Pematang Johar memiliki pekerjaan utama menjadi petani namun ada juga yang bekerja sebagai peternak, Pegawai Negeri Sipil (PNS), nelayan, pedagang, dokter dan profesi lainnya. Informasi lainnya desa Pematang Johar yang memiliki sumber daya alam di sektor pertanian yang besar, peternakan, lahan sawah yang cukup luas dan juga memiliki sumber daya sektor jasa pariwisata lainnya. Dengan berbagai sumber daya yang ada maka desa Pematang Johar memiliki berbagai produk unggulan yaitu:

Tabel 1. Produk Unggulan Desa Pematang Johar

No	Jenis Produk Unggulan	Lokasi
1.	Beras	Dsn II, V, VI, XI
2.	Beras Merah, Beras Hitam	Dsn VI
3.	Telur Bebek	Dsn I, II, III, V, VII, XIII, XIV
4.	Tempe	Dsn V, VII, IX, X
5.	Keripik	Dsn VI
6.	Keripik Tempe	Dsn VII
7.	Batik Sawah dan Batik Mangrove	Dsn IX, X
8.	Kerajinan Tangan dari Bahan Limbah (Bunga dari Kulit Kerang & Tas dari Gelas mineral).	Dsn XV, IX

Sumber : Kecamatan Labuhan Deli dalam Angka 2020 ^[2]

Desa Pematang Johar dipilih sebagai lokasi PKM karena mitra merupakan desa percontohan di Sumatera Utara yang telah berhasil mengembangkan BUMDES dengan kontribusi yang besar terhadap perekonomian desa. BUMDES ini bernama BUMDES Johar Mandiri Jaya didirikan pada tanggal 27 Januari 2016 atas dasar perintah dan musyawarah perangkat desa Pematang Johar dengan tujuan untuk memberikan dan meningkatkan PAD sebagai pemasukan desa. BUMDES Johar Mandiri Jaya 3



berkedudukan di Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Jenis usaha BUMDES Johar Mandiri Jaya adalah wifi/jasa penjualan hotspot, penyediaan ATK, foto copy, BRI link, PPOB, batik dan usaha Wisata Sawah. Terkait dengan BUMDES, Syamsuri dan Hutasuhut mengutip penjelasan Kirowati dan Setia (2018), Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa dapat meningkatkan pendapatan desa dan masyarakat. Pemerintah desa dapat mendirikan BUMDes sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa.^[3] Fenomena yang terjadi di desa adalah kurangnya program kegiatan pemberdayaan masyarakat dan rendahnya tingkat ekonomi masyarakat karena sebagian besar warganya bekerja sebagai petani, buruh, dan pedagang serta pengembangan desa tergantung pada Anggaran Dana Desa (ADD).

Desa Pematang Johar pada tanggal 2 Februari tahun 2020 diresmikan sebagai Desa Wisata oleh Wakil Gubernur Sumatera Utara Musa Rajekshah dengan mengangkat tema sebagai “Desa Wisata Edukasi Mandiri” dengan keunggulan wisata sawahnya yang memiliki luas 1750 Ha. Dengan dinobatkannya sebagai desa wisata, diharapkan masyarakat dapat ikut andil dalam mengembangkan potensi dan peluang usaha di desa. Seperti yang dijelaskan Pearce (1995) yang dikutip Sidiq dan Resnawaty (2017), mengartikan pengembangan desa wisata adalah suatu proses yang menekankan cara untuk mengembangkan atau memajukan desa wisata. Lebih spesifik, pengembangan desa wisata diartikan sebagai usaha-usaha untuk melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata.^[4] Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal. Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi. Terkait pengembangan wisata, Marantika dkk (2020) menegaskan, peran dan kewenangan Pemerintah, yaitu 1).melakukan pembinaan kualitas produk dan kemasan kerajinan dan kuliner khas desa sebagai unsur kenangan wisata; 2).melakukan penataan dan konservasi lingkungan fisik kawasan yang menjadi ciri khas desa wisata; 3).melakukan perbaikan/pengadaan infrastruktur persampahan dan sanitasi; 4).melakukan gerakan masyarakat untuk mewujudkan sapta pesona; 5).melakukan pembuatan informasi dan fasilitas kepariwisataan; 6).melakukan perbaikan/ peningkatan kualitas ruang publik, pedestrian dan landscape desa/lingkungan untuk mendukung sapta pesona; dan 7).dukungan pemberdayaan terhadap kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam pelestarian lingkungan pariwisata (kawasan hutan dan sawah)^[5].

Berdasarkan survey, di sekitar objek Wisata Sawah yang banyak ditemukan adalah usaha-usaha kecil yang menawarkan jajanan kemasan dan minim sekali yang menarkan produk-produk lokal. Kalaupun ada yang bersifat lokal adalah makanan



seperti warung pecal, warung mie sop, warung kue basah, warung minum air kelapa muda. Dapat di katakan di sekitar lokasi wisata jarang terlihat produk-produk unggulan lokal yang ditawarkan yang seharusnya dapat dikembangkan dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Peluang usaha ini sebenarnya dapat dioptimalkan yaitu dengan membangun kerja sama bisnis antara pengelola (BUMDES), aparatur desa dan produsen (pelaku UMK) sehingga kontribusi usaha Wisata Sawah dapat lebih meningkatkan perekonomian masyarakat. Dan berdasarkan wawancara dengan mitra tanggal 02 Agustus 2022, masalah prioritas mitra terdiri dari 2 aspek yaitu aspek produksi dan aspek manajemen usaha terutama pemasaran produk. Dari aspek produksi mitra pelaku UMK mengalami masalah untuk meningkatkan produksi karena terkendala dengan pemasaran. Dari aspek manajemen mitra kurang mengetahui strategi pemasaran yang lebih modern konsep “Marketing Mix” hal ini juga yang menyebabkan produk yang dihasilkan kurang kompetitif. Selain itu pelayanan yang diberikan usaha Wisata Sawah juga masih kurang layak jika dikaitkan dengan konsep Pelayanan Prima. Kotler dan Armstrong (2012), pengertian marketing mix adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam target market.^[6] Tentang konsep Pelayanan Prima, Rahajeng (2015) mengutip pendapat Elhaitammy (1990:39), *service of excellence* atau disebut dengan pelayanan prima merupakan suatu sikap atau tata cara pihak *customer service* (pelayanan pelanggan) dapat melayani pelanggan secara memuaskan.^[7] Dapat dikatakan produk unggulan desa belum memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga kontribusinya terhadap perekonomian masyarakat desa Pematang Johar masih perlu ditingkatkan.

METODE PELAKSANAAN

Khalayak sasaran yang menjadi mitra dalam pengabdian ini terdiri dari Kepala Desa sebagai pengelola usaha Wisata Sawah, ibu-ibu PKK dan Pelaku UMK di desa Pematang Johar. Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan pendekatan yang digunakan adalah dengan manajemen pemasaran dengan konsep yang lebih modern yaitu konsep “Marketing Mix”. Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam penyelesaian masalah prioritas mitra antara lain; sosialisai, edukasi, *focus group discussion (FGD)*, pelatihan, simulasi dan rancang bangun website promosi online.

Untuk mengevaluasi keberhasilan hasil kegiatan pengabdian dilakukan dengan cara (1) melihat dari daftar hadir jumlah peserta, (2) Lembar Kegiatan FGD (3) Keterampilan yang dimiliki khalayak sasaran, (4) Dokumentasi pelaksanaan dan, (5) Laporan Akhir kegiatan pengabdian tentang pengembangan usaha Wisata Sawah di desa Pematang Johar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini melibatkan berbagai bidang keahlian atau kepakaran dalam menyelesaikan permasalahan prioritas mitra diantaranya manajemen pemasaran dan akuntansi keuangan, agribisnis, farmasi dan sistem informasi manajemen. Tim pengusul juga melibatkan mahasiswa sebanyak 4 orang yang terdiri dari 1 orang program studi manajemen, 2 orang program studi agribisnis, dan 1 orang program farmasi. Terkait data yang diperoleh saat prasurvey, letak usaha Wisata Sawah cukup strategis karena memiliki luas yang cukup besar, memiliki akses yang mudah dan memiliki pesona dan pemandangan alam yang asri. Deskripsi tentang hal ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Akses Masuk ke lokasi Wisata Sawah Pematang Johar

Kelompok sasaran dari kegiatan PKM ini adalah masyarakat pelaku UKM di desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli yang memiliki potensi lahan pekarangan rumah namun tidak dikelola secara ekonomis. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini sekitar 25 orang. Cara pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahap:

- 1) Melakukan presentase untuk menjelaskan konsep “Marketing Mix” dan pelayanan prima. Dalam kesempatan ini tim juga menjelaskan cara praktis untuk mengimplementasikan konsep “Marketing Mix” bagi pelaku usaha, Kegiatan ini dilakukan di Balai Desa Pematang Johar. Dalam kegiatan ini tim juga menyampaikan potensi dan peluang bisnis dengan cara membangun kerja sama bisnis dengan usaha Wisata Sawah.
- 2) Setelah penyampaian materi dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab. Para ibu-ibu rumah pelaku usaha secara umum menanggapi dengan respon yang tinggi. Salah seorang warga yang sudah lima tahun ini membuka usaha keripik pare bertanya tentang cara pemasaran yang lebih modern. Dan pada kesempatan ini tim menjelaskan secara umum konsep sistem pemasaran *Marketing Mix* dan pelayanan prima. Pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat dari gambar berikut ini:



Gambar 2. Penjelasan Program PKM, FGD dan Penutupan

Setelah dilakukan diskusi kemudian tim dari UMN Al Washliyah melakukan bimbingan praktik sederhana yaitu dengan mulai memutakhirkan kemasan yang lebih menarik, memasarkan seara online dan mencari mitra dengan sistem konsinyasi (titipan) di sekitar lokasi usaha Wisata Sawah. Terkait dengan target luaran yang ingin dicapai, dokumentasi hasil kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Modernisasi Kemasan Untuk Mendongkrak Penjualan



Gambar 4. Galery Batik Sawah di Lokasi Wisata Sawah Pematang Johar



Gambar 5. Pemasaran Produk Unggulan Desa Pematang Johar Berbasis Online



Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan PKM sangat dibutuhkan untuk mempermudah transfer ilmu pengetahuan, teknologi, keterampilan dan informasi lain kepada mitra. Tujuannya adalah supaya mitra berhasil secara efektif meningkatkan nilai ekonomi produk-produk lokal melalui pengembangan Wisata Sawah desa Pematang Johar. Partisipasi yang dilakukan mitra diantaranya (1) memberikan informasi tentang permasalahan-permasalahan yang dihadapi; (2) menyediakan tempat untuk pelaksanaan program kegiatan PKM; (3) menyediakan contoh produk lokal dan data pelaku usahanya; (4) ikut berperan membantu penyelesaian laporan dan dokumentasi kegiatan; (5) ikut serta membantu tim dalam kegiatan monitoring dan evaluasi baik secara internal ataupun eksternal.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh tim pengusul dan juga dari LPPM UMN AL Washliyah. Tim pengusul terlebih dahulu membuat uji *pre test* maupun *posttest* untuk melihat keberhasilan program sebelum dan sesudah PKM ini dilaksanakan. Tim pengusul menyiapkan dan memberikan kuesioner kepada mitra atas terlaksana dan tercapainya kegiatan program. Kemudian pihak LPPM melakukan evaluasi keberlanjutan program melalui monev terhadap kegiatan yang sudah dilakukan tim. Kegiatan evaluasi dan keberlanjutan program ini juga dibuat agar tercapai target luaran sesuai yang dengan jadwal yang telah direncanakan. Adapun target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan PKM ini adalah unggulan produk lokal memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi sehingga masyarakat desa Pematang Johar meningkat pendapatannya. Selain itu usaha Wisata Sawah Pematang Johar dapat lebih maju dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi kemajuan ekonomi pedesaan. Target ini juga untuk mendukung himbauan pemerintah dalam memajukan UMKM melalui UU Cipta Kerja yang telah disahkan tahun 2020 yang lalu. Salah satu substansi yang diatur adalah mengenai kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan UMKM. Pemerintah berharap melalui UU Cipta Kerja, UMKM dapat terus berkembang dan berdaya saing. Maka untuk meningkatkan daya saing produk-produk unggulan desa Pematang Johar salah satu upaya yang perlu dibenahi adalah masalah modernisasi pemasaran produk, modernisasi kemasan, pemutakhiran teknologi dan implementasi pelayanan prima.

KESIMPULAN & SARAN

Pengabdian Kepada Masyarakat di desa Pematang Johar ini secara umum dapat dikatakan berjalan sesuai dengan rencana. Hal ini terlihat dari sikap mitra yang kooperatif dan antusias dalam menghadari dan mengikuti acara kegiatan tahap demi tahap sampai dengan acara selesai. Selain itu mitra aktif bertanya dan diskusi serta lebih termotivasi untuk minindaklanjuti program PKM yang ditawarkan. Pada akhir kegiatan mereka berharap ada kerjasama yang lebih intens sebagai tindak lanjut dari program PKM ini agar lebih bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang.



Untuk mempercepat proses pencapaian rencana tahapan berikutnya perlu ditingkatkan kerja sama dan komunikasi yang lebih baik antara pemerintah setempat sebagai fasilitator, akademisi sebagai inisiator dan masyarakat setempat sebagai pelaku utama dalam kegiatan PKM ini. Hal ini misalnya dapat ditindaklanjuti dengan melaksanakan pertemuan yang bersifat lebih formal dengan melibatkan pihak-pihak yang terkait. Dan bahkan jika memungkinkan dapat melakukan seminar yaitu untuk mengkaji dan menemukan solusi yang lebih tepat atas permasalahan masyarakat dan pelaku UKM di desa Pematang Johar terkait dengan pemasaran produk unggulan dengan membangun kerja sama bisnis dengan usaha Wisata Sawah desa Pematang Johar.

REFERENSI

- Syamsuri, A.R. dan Hutasuhut, Julianto (2020). Peningkatan Kapasitas Badan Usaha Milik Desa untuk Kesejahteraan Masyarakat. *ABDIHAZ: Jurnal Ilmiah Pengabdian pada Masyarakat*. 2(2), 57-62.
- Sidiq, J.A. dan Resnawaty. (20..). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *PROSIDING KS: Riset & PKM*. 4(1), 1-140. ISSN: 2442-4480.
- Marantika, K.A, Martini, D.N.N., Julyasih, M.S.K. dan Wijana, N. (2020). Pendampingan Penyusunan Strategi Pengembangan Desa Wanagiri Sebagai Desa Wisata. *Proceeding Senadimas Undiksha (431-440)*. ISBN 978-623-7482-47-5.
- Philip, Kotler & Armstrong, Gary. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Rahajeng, Anggi (2015). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Purwoharjo Melalui Pelatihan Peningkatan Pelayanan Prima Desa Wisata Tinalan Purwoharjo Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: IJCE*. 1(1), 139-147. ISSN: 2477-5030.
- Badan Pusat Statistik (2021)
BPS Kabupaten Deli Serdang. 2020. Kecamatan Labuhan Deli Dalam Angka.