

**KOMODITAS UNGGULAN LOKAL SEBAGAI SUMBER INOVASI DAN WIRAUUSAHA
MAHASISWA:
Pengalaman dari Gorontalo**

Herwin Mopangga¹, M. Anwar Thalib, dan Sefya Kiyai

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jenderal Sudirman
No. 6 Kota Gorontalo
Telp.: (0435) 829713. No. HP: 081322053997 & 085240069074
Fax: (0435) 821125

Abstrak

Agroplitan Jagung dan Etalase Perikanan telah ditetapkan menjadi Program Unggulan semenjak awal berdirinya Provinsi Gorontalo. Pemanfaatan jagung dan ikan secara signifikan membantu peningkatan pendapatan masyarakat, pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja lokal. Permasalahannya adalah hingga saat ini kedua komoditas tersebut dijual kepada konsumen lokal, antarpulau maupun luar negeri masih dalam bentuk baku/mentahnya. Sangat minim intervensi teknologi dan atau proses pengolahan sehingga tidak ada nilai tambah produk. Padahal jagung dan ikan dapat diandalkan menjadi kompetensi inti industri; usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM); serta peluang wirausaha mahasiswa.

Kuliah dan Praktikum Kewirausahaan dengan muatan inovasi pembelajaran kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo dimaksudkan agar mereka tidak hanya bisa mengetahui sesuatu, tetapi mampu melakukan dan bahkan menciptakan sesuatu. Ini bertujuan menumbuhkan motivasi wirausaha, membuka lapangan kerja baru dan mencegah bertambahnya pengangguran intelektual. Kreativitas dan inovasi sejumlah mahasiswa akhirnya membuahkan hasil dengan adanya produk Martabak Jagung Gorontalo (Mak Jago) serta proposal bisnis Stick Jagung Ikan (JaguAn) yang ditetapkan sebagai Pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil dan Menengah (TPL-IKM) Tahun 2012.

Melihat dampak positifnya bagi perekonomian daerah maka pemerintah, perguruan tinggi dan swasta perlu lebih menggenjot lahirnya wirausaha baru yang mengoptimalkan potensi komoditas alternatif.

Kata kunci: jagung, ikan, wirausaha, mahasiswa, gorontalo

1. Pendahuluan

Keterbatasan kesempatan kerja bagi para lulusan perguruan tinggi merupakan satu dari sekian banyak persoalan sosial ekonomi bangsa yang hingga hari ini belum pulih total dari dampak krisis. Jumlah pengangguran intelektual semakin meningkat. Publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa jumlah pengangguran terbuka di Indonesia pada Februari tahun 2012 berjumlah 7,61 juta jiwa (6,32%) dan 10% diantaranya adalah sarjana. Data tersebut mendukung *International Labor Organization* (ILO) yang menyatakan sebagian

¹ herwin@ung.ac.id & winshots.pwd@yahoo.co.id

dari jumlah pengangguran Indonesia berpendidikan Diploma/Akademi dan lulusan Perguruan Tinggi (Nasrun, 2010 dan Setiadi, 2008). Kondisi ini semakin diperburuk dengan persaingan global seperti pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan memperhadapkan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan luar negeri. Karena itu para sarjana perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi menjadi pencari kerja (*job seeker*) namun mampu menciptakan (lapangan) pekerjaan (*job creator*).

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa dipercaya menjadi salah satu alternatif terbaik untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana merupakan generasi emas yang memiliki kemampuan multi kecerdasan diatas rata-rata dibanding anak bangsa lainnya. Jumlah wirausahawan muda di Indonesia yang hanya sekitar 0,18% dari total penduduk masih tertinggal jauh dibandingkan negara-negara maju seperti Amerika Serikat (11,5%) maupun Singapura (7,2%). Padahal secara konsensus, agar bisa maju lebih cepat, sebuah negara idealnya memiliki wirausahawan sebanyak 5% dari total penduduknya. Menyikapi persaingan bisnis sekarang dan masa mendatang yang mengandalkan modal ilmu pengetahuan dan intelektual, maka agar dapat menjadi daya saing bangsa, pengembangan wirausahawan perlu diarahkan pada kelompok muda terdidik. Mahasiswa sebagai calon lulusan perguruan tinggi perlu didorong dan ditumbuhkan niat mereka untuk berwirausaha (Alma, 2009).

Salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Zimerer, 2002:12 dan Wu and Wu, 2008).

2. Urgensi Kewirausahaan

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang. Kemajuan atau kemunduran ekonomi suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan ini. Kelompok wirausahawan selalu mempunyai peranan krusial, baik sebagai *gap filler* (pihak yang mengisi jarak/kesenjangan antara peluang potensial dengan kenyataan yang ada) maupun sebagai *input completer* (pihak yang melengkapi faktor-faktor produksi dalam menghasilkan *output* berupa barang dan jasa). Peranan itu berarti mendinamisasikan perekonomian atau bahkan menjadi penopang yang menahan gerak perekonomian pada masa resesi. Peranan krusial ini ada pada masa pasang maupun masa surut dari suatu sistem perekonomian bangsa. Jadi, peran penting dari para wirausahawan tersebut tidak terbantahkan (Rachbini, 2002).

Korporasi-korporasi berupaya untuk mendorong para manajernya berjiwa *entrepreneur*, universitas-universitas sedang mengembangkan program *entrepreneurship*, dan para *entrepreneur* individual menimbulkan perubahan dramatik dalam masyarakat. Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh Jepang

ternyata disponsori oleh para *entrepreneur* yang berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Sayangnya, jumlah *entrepreneur* di Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat untuk menopang perekonomian sehingga persoalan wirausaha ini menjadi persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan perekonomian nasional dan daerah.

3. Gorontalo dan Komoditas Unggulan

The Hidden Paradise, begitulah julukan Provinsi Gorontalo; karena terkenal memiliki potensi alam khususnya pertanian dan perikanan yang relatif melimpah. Didukung oleh kondisi geografis, sosio-kultural dan program pemerintah daerah, jagung dan ikan (laut) diandalkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Alasan pengembangan komoditi jagung di Gorontalo antara lain karena; i) jagung merupakan konsumsi pangan tradisional dan hampir semua petani lokal termasuk yang tingkat keterampilannya rendah mampu menanam jagung, dan ii) nilai jagung terutama di pasar internasional terus meningkat akibat menurunnya pasokan dunia setelah Amerika Serikat mengkonversi sejumlah besar komoditi jagungnya untuk etanol sebagai substitusi bahan bakar fosil.

Jagung dikenal sebagai salah satu makanan utama bagi masyarakat Gorontalo. Begitu pentingnya jagung, pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten kota menempatkannya dalam Program Agropolitan Berbasis Jagung sebagai Komoditas Unggulan, disamping Etalase Perikanan dengan *Taksi Mina Bahari* sebagai ujung tombak untuk menggerakkan ekonomi masyarakat. Produksi jagung Gorontalo mencapai 753.598 ton per tahun (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Gorontalo, 2012). Hal ini menunjukkan besarnya potensi bahan baku jagung yang tersedia. Perikanan juga menjadi komoditi unggulan daerah karena memiliki potensi cukup besar. Diperkirakan jumlah ikan laut di perairan Gorontalo mencapai 1.226.090 ton/tahun (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo, 2012).

Agropolitan dan Etalase Perikanan berdampak cukup positif bagi perekonomian daerah yang ditunjukkan oleh kontribusi yang signifikan bagi peningkatan pendapatan, pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja lokal. Tetapi persoalannya adalah kedua komoditas tersebut dijual kepada konsumen lokal, antarpulau maupun luar negeri masih dalam bentuk baku/mentahnya. Sangat minim (bahkan tidak ada) intervensi teknologi atau proses pengolahan untuk memberi nilai tambah produk. Padahal jagung dan ikan bisa diandalkan menjadi kompetensi inti industri Gorontalo. Permintaan beberapa negara seperti Malaysia, Philipina, Jepang dan Korea juga cenderung meningkat. Akibat minimnya kreativitas dan inovasi lokal membuat sulit untuk menemukan produk industri berbasis jagung dan ikan yang dapat dijadikan produk khas daerah.

Dengan memanfaatkan teknologi produksi pertanian dan perikanan, jagung dan ikan sebenarnya dapat dimanfaatkan menjadi peluang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama bagi mahasiswa yang mau dan mampu merintis usaha.

4. Kewirausahaan dan Inovasi Pembelajaran

Belajar dari makin meningkatnya jumlah sarjana menganggur dan atau masa tunggu untuk memperoleh pekerjaan yang relatif lama dari lulusan perguruan tinggi yang ada di Gorontalo dan sekitarnya maka Universitas Negeri Gorontalo (UNG) semakin intensif menggenjot aktivitas kewirausahaan mahasiswa. Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang telah dirintis oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud ditindaklanjuti oleh pihak universitas dengan mendirikan sebuah lembaga bernama Pusat Kreativitas Mahasiswa (PKM). Lembaga ini bertanggung jawab untuk meningkatkan jumlah pelaku maupun kualitas kegiatan kewirausahaan mahasiswa. Di awal tahun 2013 ini, PKM telah menyosialisasikan dan menargetkan 1000 proposal wirausaha untuk bisa diseleksi. Untuk mendukung program ini, Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LP2M) juga akan melaksanakan pelatihan khusus (*coaching clinic*) kepada dosen dan mahasiswa yang memasukkan proposal pengabdian masyarakat.

Kewirausahaan adalah mata kuliah wajib dalam kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) yang diajarkan disemua jurusan/program studi; Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, dimana melalui mata kuliah ini mahasiswa diajak belajar bukan hanya untuk mengetahui sesuatu tetapi juga bisa melakukan bahkan menciptakan sesuatu (*learning to know, to do and to create something*). Sebagai mata kuliah aplikatif yang menuntut kombinasi kemampuan kognitif, afektif dan psikomotorik maka Kewirausahaan kurang cocok disampaikan dengan model konvensional dimana dosen (berceramah) menjadi pusat pembelajaran. Kreativitas dan inovasi dibutuhkan untuk menjalankan perkuliahan dan praktikum Kewirausahaan yang efektif dan menyenangkan bagi mahasiswa.

Poin penting dari inovasi pembelajaran yang kami lakukan adalah meminta mahasiswa untuk melaksanakan kunjungan lapangan (*visit bisnis*) ke sentra-sentra UMKM dan industri rumah tangga pembuatan kue-kue dan makanan tradisional. Hasil interaksi dengan pelaku usaha kemudian dituangkan dalam paper yang akan dipresentasikan dan didiskusikan di kelas. Mahasiswa menjadi semakin kritis karena mampu menyampaikan gagasan bisnis dan alternatif solusi dari permasalahan dan pertanyaan yang diajukan kawan sekelasnya, begitupun sebaliknya. Intinya, terbangun pembelajaran yang berpusat pada peserta didik (*student centered learning/SCL*) dan memberi stimulan kepada mahasiswa untuk termotivasi menjadi wirausahawan sukses. Karakter unggul dari wirausahawan sukses bisa diadopsi melalui tahapan perubahan cara berpikir, sikap dan kebiasaan. Hal itu memerlukan proses belajar dan latihan yang terus-menerus. Untuk menjadi wirausahawan sukses diperlukan "jam terbang belajar" yang tinggi dengan menggunakan "model belajar" kisah sukses tokoh-tokoh wirausahawan atau pengusaha terkemuka.

Meskipun secara keseluruhan pengalaman pembelajaran kewirausahaan berlangsung baik tetapi masih ada kekhawatiran aktivitas wirausaha akan luntur atau bahkan hilang ketika mahasiswa menjelang diwisuda atau telah berstatus alumni. Karena itu kami merasa perlu dibentuk wadah/kelembagaan formal atau non formal dibawah fakultas atau universitas untuk memfasilitasi pelaku wirausaha melanjutkan penerapan fungsi-fungsi manajemen menuju tingkatan wirausaha mandiri dan profesional.

5. Wirausaha Mahasiswa Berbasis Komoditas Unggulan

Buah dari inovasi pembelajaran kewirausahaan yang kami jalankan adalah dirintisnya usaha martabak jagung Gorontalo (*Mak Jago*). *Mak Jago* adalah produk makanan berbahan dasar jagung yang praktek wirausahanya dirintis oleh Sdr. Moh. Anwar Thalib dan kawan-kawannya yang berkecimpung di Lembaga Dakwah Fakultas (LDF) *Asy-Syar'ie*. Umur usaha baru sekitar 1 tahun dan masih dalam tahap ujicoba penjualan sehingga produksinya relatif sedikit, jumlah konsumen dan area pemasaran yang sangat terbatas. Kelompok wirausaha ini sering kami libatkan dalam program pengabdian kepada masyarakat dengan cara membantu melaksanakan pelatihan pembuatan martabak jagung khususnya yang ada di Desa Boidu, Tupa dan Longalo di Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango Provinsi Gorontalo. Desa-desa ini kami pilih karena disatu sisi memiliki areal tanaman jagung luas dan produksi yang melimpah tetapi disisi lain jumlah keluarga miskin dan remaja putus sekolah yang cukup besar. Pelatihan ini dimaksudkan antara lain agar masyarakat mau dan mampu berkreasi dan berinovasi memberdayakan komoditas jagung menjadi produk bisnis.

Kebanggaan ini berlanjut dengan ditetapkannya Bisnis Plan *Stick Jagung Ikan (JaguAn)* yang disusun Sdri. Sefya Kiyai menjadi pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik pada Diklat Industri Regional VII Makassar sesuai dengan Keputusan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 537/M-IND/Kep/10/2012 tentang Penetapan Pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil dan Menengah (TPL-IKM) Program Beasiswa Angkatan 2007 tanggal 19 Oktober 2012.

Poin-poin utama yang disampaikan dalam bisnis plan tersebut diantaranya: Visi usaha JaguAn ini adalah "*Menjadi Bintangnya Usaha Makanan Ringan di Provinsi Gorontalo dalam waktu 5 tahun mendatang*" sedangkan misinya adalah; 1) Meningkatkan kualitas dan menjaganya agar tetap terjamin, 2) Menerapkan Gugus Kendali Mutu (GKM), 3) Menerapkan sistem *Good Manufacturing Process (GMP)*, 4) Melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan melalui media cetak dan elektronik, 5) Menjadikan produk stick jagung ikan sebagai pioner ole-ole khas Gorontalo yang ramai dicari konsumen, 6) Meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan 7) Menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan insentif pemasaran.

Sasaran bisnisnya adalah; 1) Meraih pangsa pasar sebesar 20% di 6 (enam) kabupaten/kota di Gorontalo pada tahun kedua, 2) Mencapai Payback Period (PP) pada tahun kedua, 3) Menjadi pemimpin pasar (*market leader*) pada tahun kelima, 4) Memiliki karyawan dari masyarakat sekitar yang tidak memiliki pekerjaan (pengangguran) dan siswa putus sekolah.

Segmen pasar yang hendak dituju oleh *JaguAn* meliputi masyarakat kelas menengah ke atas di Provinsi Gorontalo khususnya yang ada di Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Target pasarnya adalah perempuan dan laki-laki, usia 6 - 45 tahun, pekerjaan pelajar (siswa dan mahasiswa), pegawai/karyawan/pekerja maupun umum, karakteristik penyuka makanan ringan (*snack*).

Posisi pasar (*Positioning*) dimaksudkan untuk menempatkan produk sehingga tertanam dalam benak pelanggan. Dalam hal ini wirausahawan menempatkan posisi produk sebagai penantang pasar atau *market challenger*.

Artinya produk stick jagung ikan merupakan produk penantang dari produk pesaing sejenis lainnya yang sudah ada dipasaran.

Promosi merupakan salah satu cara wirausahawan untuk mengakselerasi sekaligus memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Jenis promosi yang dipilih diantaranya; Personal selling, dengan cara *Face to face selling*, dimana wirausahawan menggunakan agen-agen pemasar untuk menawarkan produk secara langsung kepada konsumen; Brosur atau leaflet; Promosi melalui radio, mengedarkan kartu nama, menggunakan banner atau spanduk; Public Relation/pameran; memanfaatkan media online/jejaring sosial.

Selain jagung dan ikan, Gorontalo juga memiliki komoditas alternatif seperti pisang, pepaya, mangga, durian, bawang merah, cabe, jahe, ternak ayam, ternak kambing dan rumput laut yang membutuhkan sentuhan teknologi, wirausaha mahasiswa, UMKM dan investasi swasta sebagai peluang bisnis (Badan Investasi Daerah Provinsi Gorontalo, 2012). Pemerintah daerah provinsi dan kabupaten kota serta perguruan tinggi hendaknya memberi perhatian dengan menciptakan program-program khusus disertai alokasi anggaran yang lebih besar untuk mendorong peningkatan kegiatan kewirausahaan baik dalam aspek jumlah pelaku maupun kualitas kegiatannya.

6. Penutup

Mahasiswa sebagai intelektual muda harus didorong untuk mau dan mampu berwirausaha karena selain menumbuhkembangkan potensi bisnis dari dalam dirinya sendiri juga membuka lapangan kerja baru dan mencegah bertambahnya pengangguran intelektual. Untuk mendukung hal tersebut mutlak diperlukan peran perguruan tinggi diantaranya melalui pembelajaran kewirausahaan.

Inovasi pembelajaran kewirausahaan penting dilakukan untuk membangkitkan minat wirausaha mahasiswa. Paper yang dipresentasikan dan didiskusikan didalam kelas sebagai hasil interaksi dengan pelaku usaha dalam kegiatan visit bisnis mengindikasikan efektifnya model pembelajaran yang berpusat pada peserta didik (*student centered learning*). Hal ini lebih berkesan dan memberi stimulan kepada mahasiswa untuk termotivasi menjadi wirausahawan sukses.

Komoditas unggulan daerah seperti jagung dan ikan dapat lebih dioptimalkan dan mendatangkan keuntungan ekonomi bila dimanfaatkan sebagai produk wirausaha, mengingat sejauh ini kedua komoditas dijual kepada konsumen lokal, antarpulau maupun luar negeri masih dalam bentuk baku/mentahnya, belum melalui proses pengolahan. Karenanya kreativitas dan inovasi penting agar komoditas bernilai tambah.

Mak Jago dan *JaguAn* sebagai buah dari inovasi pembelajaran kewirausahaan yang memanfaatkan komoditas unggulan lokal diharapkan menjadi pemicu dan pemacu tumbuhnya wirausaha muda yang lebih banyak dan berkualitas khususnya di Universitas Negeri Gorontalo. Komoditas alternatif yang dinyatakan relatif unggul pasca studi kelayakan maupun riset hendaknya lebih diperhatikan untuk industri maupun produk wirausaha.

Daftar Pustaka

- Alma, B. 2009. *Kewirausahaan; untuk Mahasiswa dan Umum*. Edisi Revisi. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Badan Investasi Daerah Provinsi Gorontalo. 2012. *Studi Kelayakan Identifikasi Potensi Investasi Daerah Provinsi Gorontalo*. Riset oleh Herwin Mopangga dkk. Gorontalo
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Gorontalo. 2012. *Data Tetap (DATAP)*. Gorontalo
- Dinas Kelautan dan Perikanan. 2012. *Evaluasi Akhir Tahun Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo*
- Nasrun, M. A. 25 September, 2010. *Mengapa Banyak Sarjana yang Menganggur?*, Suara Merdeka. Jakarta
- Rachbini, D. J. 2002. *Ekonomi Politik; Paradigma, Teori dan Perspektif Baru*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta
- Setiadi, U. 2008. *Suatu Pemikiran Mengenai Pendekatan Kembali Antara Dunia Pendidikan S1 Manajemen Dengan Dunia Kerja*. Prosiding Konferensi Merefleksi Domain Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Salatiga
- Wu, S. and Wu, L. 2008. *The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in China*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 15(4): 752–774
- Zimmerer, W.T. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Third Edition. New York: Prentice-Hall

Lampiran

Spesifikasi Produk

	Kategori	Keterangan
Bentuk dan Gambar produk		Berbentuk seperti stick (tongkat) dan memiliki tekstur yang kering dan berwarna kuning.
Merk		Singkatan dari jagung dan ikan. Diharapkan menjadi panganan/ole-ole unggulan khas Gorontalo. Warna hijau dan biru melambangkan perpaduan pertanian dan perikanan, dilengkapi dengan gambar jagung dan ikan.
Jaminan Keamanan Produk	 <p data-bbox="507 1115 593 1149">P-IRT</p>	Label halal dan P-IRT sebagai jaminan kesehatan, keamanan dan kehalalan produk kepada konsumen serta syarat memasukkan produk pada pasar modern seperti swalayan dan toko
Slogan		"Cita Rasa Lokal, Nikmatnya Mendunia"
Kandungan gizi produk		Karbohidrat, protein, lemak, kalsium, kalori, fosfor, vitamin A, vitamin B1, Omega-3
Ketahanan produk		± 7 bulan