



POTENSI OLAHAN HASIL PERIKANAN DALAM PEMBERDAYAAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT KABUPATEN BIAK NUMFOR PROVINSI PAPUA

Hilarius Bambang Winarko¹, Sri Maharsi²

¹) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia

²) Fakultas Bisnis, Akuntansi, Universitas Sampoerna

*Corresponding author

Hilarius Bambang Winarko

Email : hwinarko@bundamulia.ac.id

Abstraksi

Kabupaten Biak Numfor yang terletak di Provinsi Papua merupakan kabupaten yang memiliki kekhasan dan keuntungan geografis berupa wilayah kepulauan yang hasil tangkapan ikan laut segar melimpah. Penelitian ini merupakan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan secara daring kepada masyarakat adat Biak Numfor, khususnya kaum remaja usia produktif dengan latar pendidikan tingkat menengah dan tinggi. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah memberikan pembekalan kewirausahaan, termasuk di dalamnya pemasaran dan literasi keuangan sehingga kaum remaja mampu berkreasi menggunakan potensi daerahnya untuk menciptakan usaha bisnis baru. Hasil dari kegiatan tersebut menemukan bahwa generasi muda Kabupaten Biak Numfor mampu mengembangkan bakatnya dalam membuat perencanaan bisnis kreatif. Hal tersebut terlihat dari pengelolaan hasil perikanan seperti pembuatan abon ikan cacalung. Untuk dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan dibutuhkan pembentukan karakter atau sikap wirausaha yang tepat. Dukungan dari pemerintah pusat dan daerah dapat disinergikan dengan insitusi pendidikan setempat sehingga dapat menumbuhkan sikap kemandirian dan kreatif para remaja. Dengan demikian masyarakat Kabupaten Biak Numfor dapat memanfaatkan bantuan sosial yang diberikan oleh pemerintah dengan efektif untuk menciptakan kemandirian sosial ekonomi.

Kata kunci: kewirausahaan, literasi keuangan, hasil olahan perikanan, pemberdayaan sosial ekonomi, Biak Numfor

Abstract

Biak Numfor Regency, which is located in Papua Province, is a district that has a unique and geographical advantage in the form of an archipelagic area where fresh marine fish catches are abundant. This research is the result of online community service activities to the Biak Numfor indigenous people, especially young people of productive age with middle and high education backgrounds. The aim of this activity is providing entrepreneurial training, including marketing and financial literacy so that young people are able to be creative by using the potential region to create new business ventures. The results of this activity found that processed fishery products such as the manufacture of skipjack tuna proves that the younger generation of Biak Numfor Regency is able to develop their talents in making creative business plans. To improve their entrepreneurial abilities, it is necessary to shape the right entrepreneurial character or attitude. Support from the central and local governments can be synergized with local educational institutions so that it is able to foster independent and creative attitudes. Thus, the people of Biak Numfor Regency can effectively utilize the social assistance fund provided by the government to create socio-economic independency.

Keywords: entrepreneurship, financial literacy, processed fishery products, social economic empowerment, Biak Numfor

© 2022 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved



PENDAHULUAN

Program pemberdayaan masyarakat tidak terlepas dari kemampuan masyarakat dalam menggali keunggulan ataupun potensi yang ada di dalam masyarakat. Secara geografis Kabupaten Biak Numfor terletak di Teluk Cendrawasih, bagian utara dari Provinsi Papua yang berbatasan langsung dengan Samudra Pasifik. Terdapat dua pulau utama yang tercatat secara administratif di dalam Kabupaten Biak Numfor, yaitu Pulau Biak dan Pulau Numfor. Selain itu terdapat 21 pulau yang merupakan wilayah kecamatan (BPS Kabupaten Biak Numfor, 2021: 11). Dengan demikian luas perairan jauh lebih besar dari luas daratan, dengan gugusan ekosistem terumbu karang yang cukup luas.

Tipologi wilayah Kabupaten Biak Numfor yang sebagian besar merupakan daerah pesisir dan pulau-pulau telah mempengaruhi mata pencaharian penduduk yang kebanyakan menggantungkan kehidupannya pada hasil laut. Potensi kelautan dan perikanan yang sangat tinggi tersebut merupakan potensi yang perlu mendapat perhatian dalam pemberdayaan masyarakat setempat. Pada umumnya penduduk menggunakan perahu milik sendiri yang berfungsi sebagai alat penangkap ikan sekaligus alat transportasi. Dan sebagian besar masyarakat setempat masih mengandalkan hasil perikanan tangkap untuk dijual dalam rangka memenuhi kebutuhan lokal dan untuk memenuhi kebutuhan daerah lain, dibandingkan dengan pengolahan hasil laut atau budidaya laut (*marine culture*) ataupun pertambakan.



Gambar 1. Posisi geografis Kabupaten Biak Numfor, Provinsi Papua

(Sumber: Google Map)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, Kabupaten Biak Numfor merupakan salah satu dari dua kabupaten di Provinsi Papua yang sempat memiliki pertumbuhan ekonomi negatif pada tahun 2017, yaitu sebesar minus 4,57% (Kekry, 2020: 28). Dan pada tahun 2020 kembali mencapai minus 4,89% (BPS Kabupaten Biak Numfor, 2021: 305), setelah mengalami pertumbuhan positif pada tahun 2018

sebesar 0,42% dan tahun 2019 sebesar 2,21%. Hasil penelitian lain yang dilaporkan oleh Laha & Dorohungi (2021: 35) menyatakan bahwa pemberdayaan berupa pendampingan aparat desa yang pernah dilakukan di salah satu distrik Kabupaten Biak Numfor masih dirasakan kurang efektif. Sementara itu menurut laporan dari Biro Pusat Statistik Kabupaten Biak Numfor (2021), potensi hasil tangkapan ikan laut dari masyarakat pada tahun sebelumnya menunjukkan peningkatan sebanyak 6.365 ikan (2019) dan 6.885 ikan (2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Winarko & Putri (2020: 1395) di masyarakat adat wisata lainnya yang sangat terpuak karena terkena dampak pandemi Covid-19 menemukan bahwa ada setidaknya beberapa jenis faktor kombinasi kecemasan ataupun kekhawatiran dalam suatu masyarakat adat untuk memulai suatu usaha baru dalam mengantisipasi dampak pandemi ini. Di antaranya adalah karena kurangnya tingkat pengetahuan dan pengalaman bagaimana merintis suatu usaha baru, kurangnya modal usaha, dan literasi keuangan yang rendah. Untuk itu edukasi kepada masyarakat adat dapat menjadi salah satu solusi kecil yang dapat dilakukan untuk meningkatkan percaya diri dan membangkitkan semangat juang melalui kreativitas dalam memulai usaha kecil dengan memanfaatkan potensi yang ada di sekitar lingkungan mereka sendiri.

Kelompok kaum remaja atau yang sering disebut sebagai generasi milenial urban adalah kelompok yang perlu mendapatkan bimbingan karena kelompok ini menunjukkan potensi peranannya yang semakin penting dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi negara menggantikan generasi sebelumnya (Ali & Purwandi, 2016: 16). Untuk mengejar keteringgalan teman-temannya yang tinggal di daerah perkotaan, generasi milenial di daerah rural, termasuk yang tinggal di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua harus mendapatkan pembekalan yang cukup sehingga kehidupan sosial ekonominya tidak terlalu tertinggal jauh dari mereka yang hidup di perkotaan yang sudah sangat maju dalam merintis usaha bisnis baru. Dengan demikian kesenjangan pembangunan sumber daya manusia yang kompeten di kawasan barat-timur Indonesia diharapkan dapat semakin berkurang.

PERMASALAHAN

Dengan merebaknya wabah pandemi Covid-19, maka hampir tidak ada kawasan di dunia yang tidak terkena dampak negatifnya. Jumlah penduduk miskin pada tahun 2020 di Kabupaten Biak Numfor menempati urutan ke-8 di antara 29 kabupaten/kota di Provinsi Papua, yaitu sebesar 38,02% dari seluruh populasinya (BPS Kabupaten Biak Numfor 2021: 321). Pemerintah meluncurkan berbagai aksi bantuan

program sosial ekonomi dalam rangka membantu masyarakat untuk mengurangi kemiskinan. Namun demikian menurut penelitian lain dilaporkan bahwa program-program bantuan dalam bentuk pemberdayaan ekonomi lokal terhadap masyarakat adat di Kabupaten Biak Numfor yang dilakukan oleh pemerintah dapat berpotensi menimbulkan eksese negatif sosial kemasyarakatan dalam bentuk ketidakmandirian dan perubahan etos kerja (Dahrif & Musaad, 2020: 22). Oleh karenanya diperlukan suatu solusi alternatif yang dapat menjembatani agar program pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat dapat berjalan dengan efektif. Potensi hasil kelautan dapat dilihat menjadi solusi alternatif yang perlu digali lebih dalam di Kabupaten Biak Numfor Paupa. Namun demikian perlu adanya contoh konkrit lebih lanjut bagaimana masyarakat Kabupaten Biak Numfor, Papua mampu memanfaatkan potensi hasil kelautan dan perikanan sebagai basis usaha bisnis kreatif yang menguntungkan dalam jangka menengah dan panjang sehingga kehidupan sosial masyarakat di masa pandemi tidak menjadi semakin menurun.

TUJUAN

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan suatu pendekatan baru dalam pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat melalui edukasi kewirausahaan dan literasi keuangan kepada sekelompok generasi muda yang berada di masyarakat adat Kabupaten Biak Numfor. Tujuan edukasi ini adalah mendukung upaya pemerintah dalam memberikan bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan, dengan demikian bantuan sosial tersebut dapat digunakan secara produktif, bukan konsumtif, bahkan dapat menciptakan peluang kerja baru. Diharapkan dengan bertambahnya pengetahuan dan kemampuan generasi muda mengenai kewirausahaan, meningkatnya rasa percaya diri dalam merintis usaha baru, disertai dengan ketersediaan modal yang diulurkan oleh pemerintah, maka tujuan dari pemberdayaan sosial ekonomi dapat tercapai dan bermanfaat bagi masyarakat adat Kabupaten Biak Numfor.

Laporan penelitian ini merupakan salah satu hasil dari kegiatan yang dilakukan dalam rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat perguruan tinggi dalam bentuk edukasi secara daring kepada kelompok produktif masyarakat adat di Kabupaten Biak Numfor yang dilakukan selama bulan Pebruari – April 2021. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, selain untuk memberikan pembekalan pengetahuan kewirausahaan dan literasi keuangan yang bersifat praktis dalam merintis usaha baru, juga mengajak para peserta untuk aktif dalam menyusun rencana bisnisnya. Hal ini dilakukan dengan mengembangkan pola berpikir kreatif dengan menggali potensi yang ada di Kabupaten

Biak Numfor. Pentingnya pola pikir yang kreatif ini bertujuan agar peserta pelatihan tidak langsung menjual sumber daya alam di sekitarnya, namun diolah terlebih dahulu sehingga menghasilkan nilai tambah di pasar.

METODOLOGI

Adapun pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah dengan melibatkan seorang mahasiswi yang berasal dari masyarakat adat setempat yang kemudian mengajak kolega dan kenalan sebayanya untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan dan literasi keuangan yang dilakukan secara daring yang dilakukan oleh peneliti/fasilitator. Pelatihan diberikan dengan menggunakan kombinasi platform teknologi, yaitu: menggunakan *YouTube*, *Google Classroom*, *WhatsApp*, dan *Zoom*. Mahasiswa yang dipilih untuk terlibat dalam kegiatan ini merupakan putera daerah yang berasal dari Kabupaten Biak Numfor, bertugas sebagai asisten peneliti di lapangan yang membantu menjembatani komunikasi antara peserta dan fasilitator, bila ada kendala teknis di lapangan.

Hasil diseminasi undangan pelatihan berhasil menjangkit sebanyak 14 peserta dari kelompok remaja masyarakat adat Kabupaten Biak Numfor yang berminat mengikuti pelatihan kewirausahaan dan literasi keuangan dan tertarik untuk membuka usaha bisnis. Para peserta memiliki beragam latar pendidikan, beberapa peserta saat ini merupakan siswa/i SMK/SMA, dan sisanya saat ini merupakan mahasiswa/i perguruan tinggi.

Materi yang diberikan adalah tentang kreativitas dalam bisnis, konsep dasar 4P dalam pemasaran, serta bagaimana menyusun proposal usaha sampai dengan laporan keuangan sederhana dalam suatu usaha bisnis. Hasil yang diharapkan setelah pelatihan adalah peserta pelatihan mampu menyusun suatu konsep rencana bisnis sederhana berdasarkan pemahaman yang diberikan selama pelatihan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, pemerintah telah melakukan upaya terobosan guna mengatasi penurunan pertumbuhan perekonomian di Kabupaten Biak Numfor. Salah satunya adalah dengan menggalakkan ekspor hasil perikanan ke luar negeri, seperti Singapura, berupa ekspor tuna loin, kepiting dan lobster melalui jalur udara dan ekspor tuna *whole frozen* melalui jalur laut (Irdhanesa, 2021). Diharapkan hal ini dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Bantuan program ekonomi lokal selain mendapat tanggapan positif, juga menimbulkan dampak ketergantungan masyarakat terhadap uluran tangan pemerintah dan memicu pola

konsumtif sebagian masyarakat yang tidak produktif. Oleh sebab itu diperlukan pemberdayaan masyarakat agar semangat kewirausahaan dengan merintis usaha kreatif dapat meningkat. Salah satu upaya kecil yang dilakukan adalah dengan melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pembekalan pelatihan kepada kelompok usia produktif. Karena faktor biaya, jarak dan risiko penularan masa pandemi, maka pembekalan pelatihan ini dilakukan secara daring.

Materi pembekalan dalam pelatihan ini disampaikan secara daring, baik melalui rekaman pelatihan di *YouTube*, maupun pelatihan secara langsung melalui *video conference Zoom*. Peserta sangat antusias mengikuti pelatihan secara langsung melalui *video conference Zoom*. Mereka sangat aktif dalam menjawab pertanyaan para fasilitator, mereka juga berbagi mengenai ide usaha bisnis yang akan mereka kembangkan dan tidak ragu untuk bertanya kepada para fasilitator.

Setelah mengikuti pembekalan materi, para peserta diberi waktu untuk berdiskusi dengan peserta lainnya untuk menyampaikan rencana usaha bisnis baru dengan menggali potensi yang ada di sekitar mereka. Selama masa pembuatan rencana usaha bisnis baru, peserta didik mendapat kesempatan untuk berkonsultasi baik secara langsung, maupun melalui media *WhatsApp* dengan fasilitator apabila masih ada hal yang kurang jelas atau ingin ditanyakan kembali.



Gambar 2. Pelatihan daring kewirausahaan dan literasi keuangan Kabupaten Biak Numfor, Papua

Adapun pelaksanaan pelatihan dibagi menjadi beberapa tahapan:

1. Pembentukan tim peneliti/fasilitator dan asisten lapangan. Asisten lapangan diambil dari mahasiswa asal Biak Numfor yang sedang berada di kampung halamannya sehingga bisa berinteraksi dengan peserta dan menjembatani proses pembelajaran antara fasilitator dan peserta pelatihan.

2. Pembuatan video rekaman materi pembelajaran untuk diunggah ke *YouTube*.
3. Penyusunan undangan secara digital dan penyebaran undangan pelatihan melalui *WhatsApp Group (WAG)*. Target pesertanya adalah kelompok generasi muda yang diharapkan dapat menjadi motor penggerak dalam komunitas nelayan yang familiar dengan perangkat teknologi pembelajaran jarak jauh dengan tingkat pendidikan SMA-Perguruan Tinggi.
4. Pendaftaran dan verifikasi identitas peserta dengan *Google Form* dan kontak melalui *WAG*.
5. Pembentukan kelas daring melalui *Google Classroom*.
6. Pembelajaran peserta mandiri melalui rekaman video yang diunggah ke *YouTube* dan *Google Classroom*.
7. Konseling dan diskusi antara peserta ke fasilitator, baik melalui media *WAG* maupun *Zoom*.
8. Pembekalan materi pelatihan melalui media *video conference Zoom* (termasuk sesi tanya jawab).
9. Penyusunan rencana usaha bisnis baru baik secara individual maupun kelompok.
10. Pemberian konsultasi apabila ada peserta yang ingin bertanya kembali tentang rencana usaha bisnisnya.
11. Pemilihan rencana usaha bisnis terbaik.
12. Pemberian uang paket data internet bagi peserta yang mengikuti acara daring dan sejumlah kecil bantuan modal usaha bagi yang berhasil menyusun rencana usaha usaha bisnis yang kreatif dan layak untuk dijalankan.

Dari ke-14 peserta pelatihan tersebut diperoleh dua macam proposal rencana usaha bisnis baru, yaitu usaha bisnis pembuatan abon tiga rasa dari ikan cakalang (dibuat oleh satu orang peserta individual) dan tali gantungan masker dari hiasan manik-manik (dibuat oleh dua orang peserta dalam satu kelompok).

Dari kedua proposal ini maka dapat disimpulkan bahwa hanya ada 1 orang peserta yang dapat memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan sekitarnya yang dapat digunakan untuk menghasilkan usaha bisnis baru dengan memberikan nilai tambah (*value added*).

Dalam penjelasan rencana usaha baru (*new business plan*) yang disusunnya, peserta pelatihan yang bernama Nonce ini mengungkapkan bahwa potensi ikan cakalang di Kabupaten Biak Numfor dapat dikatakan cukup berlimpah. Ikan cakalang ini dapat dikonsumsi sehari-hari oleh penduduk lokal karena kandungan gizinya yang tinggi, antara lain terdiri dari protein, omega-3, mineral dan vitamin. Kandungan gizi yang melimpah dari ikan cakalang

tersebut dapat bermanfaat bagi tubuh untuk pencegahan stroke, obesitas, kanker payudara, dan meningkatkan kecerdasan terutama pada anak-anak dalam proses tumbuh kembang.

Selain itu ikan cakalang memiliki nilai ekonomis karena selain dapat dijual langsung dari tangkapan segar, ikan cakalang dapat secara komersial dijual di pasar dalam bentuk ikan cakalang asap. Fakta ini mengindikasikan bahwa pengetahuan dan kemampuan masyarakat terkait pengolahan ikan yang bergizi tinggi masih minim karena ikan tersebut mudah menjadi busuk. Namun demikian peserta mampu melihat dengan cukup jeli bahwa dengan diolah menjadi abon ikan cakalang, produk ini dapat disimpan dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan ikan cakalang asap. Hal ini dilakukan untuk melakukan terobosan usaha memasarkan produk olahan ikan cakalang di wilayah Papua lainnya yang tidak memiliki sumber daya perikanan, seperti misalnya daerah Kabupaten Wamena. Dengan demikian, semakin banyak masyarakat yang dapat menikmati manfaat dari ikan cakalang.



Gambar 3. Ilustrasi ikan Cakalang

(Sumber: www.ikanesia.id)

Inovasi produk yang ditawarkan dalam abon ikan cakalang berupa varian produk berdasarkan rasa, yaitu original, manis, dan pedas. Untuk yang tingkat rasa kepedasan pun dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: biasa, sedang dan super pedas. Sedangkan untuk kemasan, dibagi menjadi dua ukuran, 100 gram dan 250 gram. Kemasan abon cakalang tiga rasa ini juga dibuat sangat menarik untuk menarik konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki keahlian khusus dalam pengolahan ikan cakalang ini. Produk yang ditawarkannya pun tidak memakai campuran bahan penyedap rasa (MSG) ataupun bahan pengawet, sehingga memperhatikan aspek kesehatan bagi konsumen yang akan mengkonsumsinya.

Dari sisi P (*Product*) yang pertama dalam elemen Bauran Pemasaran menurut Philip Kotler, dapat disimpulkan bahwa peserta sudah mampu berdaya

cipta secara kreatif dengan memanfaatkan potensi yang melimpah di sekitar lingkungannya. Sedangkan P yang kedua atau *Place* atau tempat pemasaran telah dipikirkan dengan mencoba menembus pasar di daerah Provinsi Papua lainnya yang belum memiliki hasil olahan perikanan seperti misalnya daerah Kabupaten Wamena dan produk abon tersebut dapat bertahan dalam kurun waktu satu bulan lamanya.



Gambar 4. Ilustrasi abon ikan Cakalang

(Sumber: www.republika.co.id)

Aspek yang ketiga adalah *Price* atau harga. Untuk dapat menghitung harga jual, terlebih dahulu harus diketahui total biaya produksinya. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan selama proses manufaktur atau pengelolaan dengan tujuan menghasilkan produk yang siap dipasarkan. Dengan kata lain, akumulasi pengeluaran yang diperlukan perusahaan untuk bisa memproses bahan baku hingga menjadi produk jadi disebut sebagai biaya produksi. Biaya tersebut meliputi biaya pemakaian bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*. Ketiga unsur biaya tersebut sangat berpengaruh pada kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Perhitungan biaya produksi ini nantinya akan dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui nilai dari harga pokok penjualan, yang akan menentukan besarnya harga jual produk.

Berdasarkan pengetahuan literasi keuangan yang diperoleh, peserta berhasil menetapkan harga penjualan dengan melakukan perhitungan estimasi biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya kemasan dan biaya pengiriman, yaitu total sebesar Rp. 853.000,- untuk memproduksi 50 pcs kantong abon ikan cakalang (1 pc memiliki berat 100 gram). Sehingga harga pokoknya adalah Rp. 17.060,- per kantong. Dengan demikian harga yang hendak dipasarkan untuk abon ikan cakalang adalah Rp. 20.000,- per kemasan 100 gram dan Rp. 45.000,- untuk kemasan 250 gram. Selain itu berdasarkan estimasi, maka dibutuhkan biaya aktiva tetap sebesar Rp.

2.880.000,- yang terdiri dari komponen atau peralatan yang dibutuhkan dalam pengolahan abon ikan cakalang.

Yang terakhir adalah aspek Promosi. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh peserta adalah dengan menetapkan segmen dan target pasar berdasarkan variabel geografis, yaitu pemasaran ke wilayah Provinsi Papua yang jauh letaknya dari sumber daya kelautan atau perikanan. Dalam hal ini promosi dilakukan dengan taktik gerilya *word-of-mouth marketing* secara daring. Selain itu peserta menggunakan taktik kerjasama promosi dengan pemilik warung atau restoran, serta maskapai penerbangan yang secara rutin membawa logistik dan singgah di daerah terpencil wilayah pegunungan di mana sumber daya kelautan atau perikanan sulit diperoleh.

Komunikasi pemasaran dengan teknik *word-of-mouth* dapat dilakukan dengan sarana media sosial sehingga jangkauan pasar-nya pun akan menjadi semakin luas (Winarko dkk, 2020: 66). Kaum remaja terutama kelompok milenial di Kabupaten Biak Numfor dapat menjadikan usaha industri rumah tangga abon ikan cakalang menjadi suatu jejaring komunitas bisnis yang dapat bergerak dengan cepat, mengingat mereka tidak canggung menerima teknologi baru seperti penggunaan gawai atau aplikasi media sosial. Potensi industri rumah tangga hasil olahan perikanan ini dapat berkembang menjadi potensi usaha yang mendukung sektor lainnya, seperti misalnya sektor pariwisata.

Mengingat Kabupaten Biak Numfor memiliki sejumlah potensi wilayah wisata yang sangat menarik terutama karena sifat geografis kepulauan yang dimilikinya, hal ini selain dapat mempromosikan pariwisata juga akan menjadi peluang oleh-oleh khas usaha industri rumah tangga masyarakat Kabupaten Biak Numfor. Sebagai contohnya adalah oleh-oleh khas pia bali yang ditawarkan kepada wisatawan yang mengunjungi Pulau Dewata. Demikian pula konsep yang sama dapat diterapkan di Kabupaten Biak Numfor.

Tabel 1. Biaya aktiva tetap usaha abon ikan Cakalang

No.	Keterangan	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)
1.	Panci Besar	1	300.000	300.000
2.	Kompor Hock	1	600.000	600.000
3.	Wajan	1	200.000	200.000
4.	Pisau	2	15.000	30.000
5.	Garpu	2	10.000	20.000

No.	Keterangan	Jumlah (Unit)	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)
6.	Baskom Kecil	2	15.000	30.000
7.	Baskom Besar	1	50.000	50.000
8.	Ember Plastik	1	35.000	35.000
9.	Saringan Kelapa	1	15.000	15.000
10.	Timbangan duduk untuk timbang ikan	1	150.000	150.000
11.	Timbangan digital untuk timbang setelah dikemas	1	100.000	100.000
12.	Lemari penyimpanan (etalase)	1	350.000	350.000
13.	Mesin Pengepres/Spiner	1	500.000	500.000
14.	Sealer (alat pengemas)	1	500.000	500.000
TOTAL				2.880.000

Tabel 2. Biaya pemakaian bahan baku abon ikan Cakalang

No.	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga/Unit (Rp)	Total (Rp)
1	Ikan Cakalang Segar	kg	20	200.000	100.000
2	Serai	batang	10	1.000	10.000
3	Jahe	gr	250	5.000	5.000
4	Santan	liter	1	20.000	20.000
5	Minyak goreng	ml	485	10.000	10.000
6	Bawang merah	kg	6	5.000	5.000
7	Bawang putih	kg	3	5.000	5.000
8	Kunyit	gr	500	5.000	10.000
9	Ketumbar	bungkus	1	5.000	5.000
10	Daun jeruk	ikat	2	5.000	10.000
11	Garam	bungkus	1	3.000	3.000
TOTAL					283.000

Tabel 3. Perhitungan biaya produksi abon ikan Cakalang ukuran 100 gram

Keterangan	Harga (Rp)
Biaya Bahan Baku	283.000
Biaya Tenaga Kerja	100.000
Biaya Kemasan	250.000
Biaya Pengiriman	220.000
Total Biaya Produksi 50 pcs 100 gram	853.000

Total Biaya per pc 100 gram	17.060
-----------------------------	--------

Untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan, setidaknya terdapat empat karakter yang harus dimiliki oleh generasi muda di Kabupaten Biak Numfor. Yang pertama, memiliki visi pribadi yang realistis. Usulan usaha bisnis abon ikan cakalang ini dinilai cukup realistis karena tidak membutuhkan keahlian yang rumit untuk memproduksinya dan tidak membutuhkan modal usaha yang sangat besar. Yang kedua, adalah kesiapan untuk mau selalu belajar tanpa mengenal lelah. Nonce adalah seorang peserta yang cukup gigih dibandingkan peserta lainnya.

Selama jalannya pembekalan materi, Nonce mengikuti pelatihan dengan cermat dan aktif mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara kritis. Sikap positif seperti ini sangat diperlukan oleh generasi muda Kabupaten Biak Numfor agar kreativitas mereka dapat terbangun dengan baik. Yang ketiga adalah penguasaan lapangan. Dari hasil diskusi ditemukan bahwa Nonce melakukan improvisasi dari pengalaman nyatanya dari menjual ikan segar ke wilayah pegunungan Wamena menjadi abon ikan cakalang yang harus diolah terlebih dahulu sebelum dijual. Penguasaan lapangan inilah yang membuatnya berhasil menyusun rencana usaha baru dengan baik.

Yang terakhir adalah kesediaan untuk bekerjasama dengan pihak lain atau berkolaborasi. Keterampilan ini diperoleh oleh Nonce ketika ia pernah berusaha untuk bekerjasama dengan salah satu maskapai penerbangan yang terbang secara rutin ke wilayah pegunungan di Papua. Sikap kolaboratif ini secara tidak langsung meningkatkan rasa percaya diri untuk dapat melakukan ekspansi usaha ke wilayah baru yang mungkin membutuhkan solusi permasalahan dalam hal peningkatan gizi, terutama yang berasal dari produk hasil laut.

Pembentukan ekosistem kewirausahaan juga tidak terlepas dari dukungan dari faktor-faktor institusional, dalam hal ini pemerintah pusat dan daerah, lembaga pendidikan, dan lembaga swadaya masyarakat (Winarko dkk, 2020: 66). Potensi hasil olahan perikanan yang melimpah di Kabupaten Biak Numfor tidak akan dapat digarap dengan baik apabila tidak didukung oleh infrastruktur yang memadai. Dengan adanya fenomena perubahan iklim global, sumber daya kelautan perlu dijaga sehingga tidak dieksploitasi secara berlebihan, namun dapat ikut dijaga kehidupan dan kelestarian ekosistem di dalamnya.

Lembaga-lembaga pendidikan setempat diharapkan menjadi faktor penggerak masyarakat dan dapat terlibat aktif untuk mengembangkan

penelitian dan keilmuan terkait dengan hasil olahan kelautan di Kabupaten Biak Numfor. Sentra-sentra wirausaha bekerjasama dengan lembaga swadaya masyarakat setempat diharapkan dapat membantu keluarga-keluarga nelayan tradisional, terutama kaum perempuan dan remaja untuk meningkatkan keterampilan dan menumbuhkan karakter semangat kewirausahaan dalam hal menciptakan dan memproduksi produk-produk olahan perikanan, dan tidak hanya sebatas menangkap ikan segar di laut dan menjualnya.

SIMPULAN & SARAN

Berdasarkan uraian dalam pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik beberapa poin kesimpulan sebagai berikut:

1. Keberhasilan pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat di Kabupaten Biak Numfor dapat dicapai dengan adanya harmonisasi antara program bantuan dari pemerintah dan peningkatan pengetahuan dan kemampuan masyarakat setempat untuk memanfaatkan bantuan tersebut sebagai modal untuk merintis kemandirian secara ekonomi, bukan untuk keperluan konsumtif.
2. Pendidikan kewirausahaan dan literasi keuangan secara berkesinambungan dapat membantu masyarakat Kabupaten Biak Numfor untuk dapat menggali potensi dirinya sehingga mampu untuk menghasilkan gagasan usaha dan penciptaan lapangan kerja baru.
3. Usaha produk olahan perikanan berupa abon ikan cakalang tiga rasa merupakan upaya untuk mendukung upaya untuk menjadikan Kabupaten Biak Numfor sebagai sentra pangan dengan ikan sebagai komoditas utamanya dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat, termasuk kesejahteraan nelayan.
4. Usaha produk olahan perikanan berupa abon ikan cakalang tiga rasa dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai industri rumah tangga (*home industry*) untuk menjangkau pasar di wilayah pegunungan Provinsi Papua. Selain sebagai komoditas, produk makanan olahan perikanan yang kaya akan gizi tinggi dapat meningkatkan tingkat imunitas masyarakat secara umum di masa pandemi.
5. Ikan tangkapan segar dapat diolah lebih lanjut sehingga memiliki nilai tambah (*value added*). Dengan diperbaikinya infrastruktur perikanan, maka diharapkan pemerintah daerah juga memikirkan untuk melakukan investasi di bidang olahan perikanan sehingga menjadi makanan yang memiliki nilai jual, selain dapat menciptakan peluang lapangan kerja baru di bidang industri olahan perikanan untuk masyarakat Kabupaten Biak Numfor Papua.
6. Diperlukan pendidikan atau pelatihan secara konsisten yang dapat merangsang kreativitas,

meningkatkan keterampilan dalam menghasilkan olahan perikanan yang inovatif, dan kemampuan untuk mengelola keuangan usaha bisnis tersebut kepada masyarakat, terutama bagi kelompok remaja milenial di Kabupaten Biak Numfor. Karena di tangan generasi muda lah kehidupan sosial ekonomi masyarakat mereka dapat terdorong untuk bertumbuh. Keberlimpahan hasil perikanan di Kabupaten Biak Numfor adalah keunggulan komparatif daerah yang cukup berharga untuk dapat dikembangkan lebih lanjut.

7. Diperlukan pembentukan karakter untuk mendukung semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda di Kabupaten Biak Numfor, yaitu: memiliki visi pribadi yang realistis, kesiapan untuk belajar tanpa mengenal lelah, penguasaan lapangan dan kemampuan untuk berkolaborasi dengan pihak lain.
8. Selain literasi keuangan, diperlukan pendampingan secara interaktif dalam konsep dasar pemasaran serta cara-cara pemasaran usaha kreatif, sehingga keberlanjutan usaha tersebut dapat terjaga.

Sebagai saran dari laporan penelitian ini, tentunya masih banyak sumber daya kelautan selain ikan cakalang yang perlu dieksplorasi lebih lanjut selain untuk keperluan peningkatan pendapatan daerah, juga untuk memenuhi kebutuhan pangan yang bergizi bagi masyarakat Kabupaten Biak Numfor secara khusus dan Provinsi Papua secara umum. Selain sektor kelautan dan perikanan, produk abon ikan cakalang tiga rasa dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi oleh-oleh khas Biak Numfor, sehingga dapat meningkatkan citra daerah disamping menunjang sektor kepariwisataan di Kabupaten Biak Numfor yang memiliki taman wisata bawah laut yang indah dan berbagai potensi wisata alam kepulauan lainnya.

PUSTAKA

- Ali, H. dan Purwandi, L. 2016, *Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials*, Alvora Research Center, Jakarta.
- Armstrong, G. dan Kotler, P., 2011, *Marketing: An Introduction, 10th Global edition*, New Jersey: Pearson education, Inc.
- Biro Pusat Statistik Kabupaten Biak Numfor, 2021, *Kabupaten Biak Numfor Dalam Angka 2021*.
- Dahrif, H. dan MUSAAD, M., 2020, Dampak Program Pemberdayaan Ekonomi Lokal Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Adat Kabupaten Biak Numfor, *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2): 16-23.
- Dua, M., 2008, *Filsafat Ekonomi: Upaya Mencari Kesejahteraan Bersama*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hillery, G.A., 1955, Definitions of Community: Areas of Agreement. *Rural Sociology*, 20(2): 111-123.
- Irdhanesa, S. A. 2021, Sukses, Ekspor Perdana Produk Tuna Biak ke Singapura, *National Oceanographic*, diambil dari <http://national-oceanographic.com/article/sukses-ekspor-perdana-produk-tuna-biak-ke-singapura>

- Iriyanti, M. dan Azis, A.M., 2012, Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. *Procedia Economics & Finance*, 4(2012), 3-12.
- Kekry, B. P. N., 2020, Indeks Kemampuan Keuangan di Provinsi Papua, *JUMABIS (Jurnal Manajemen & Bisnis)*, 4(1): 27-34.
- Laha, M. S. dan Dorohung, R., 2021, Peran Pendamping Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Distrik Numfor Barat Kabupaten Biak Numfor, *Jurnal Governance and Politics (JGP)*, 1(1): 27-36.
- Manurung, A.H., 2008, *Modal untuk Bisnis UKM*, Penerbit Buku KOMPAS.
- Silverman, G., 2001, *The Secrets of Word-of-Mouth Marketing*. American Management Association (AMACOM).
- Tambunan, T.T.H., 2009, *SMEs in Asian Developing Countries*, Palgrave-Macmillan UK.
- Winarko, H.B. dan Putri, N.M.M.O, 2020, Business Creativity Entrepreneurship Empowerment Amidst Pandemic: Evidence of Youth Community in Bangli Regency, Bali, *The 2nd International Conference on Tourism and Entrepreneurship 2020 Proceedings*, Udayana University, December 11, 2020, 1395-1405.
- Winarko, H.B., Sihabudin, A., dan Dua, M., 2020, Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Terpadu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 5(1), 58