

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI GEOPRODUK UNTUK PENGEMBANGAN GEOPARK GORONTALO

Ivana Butolo

Pemerintah Provinsi Gorontalo

ABSTRAK

Keberadaan geopark membuka kesempatan dan peluang besar bagi masyarakat lokal dalam sektor UMKM. Geopark merupakan kawasan yang menggabungkan keunikan geologi, keanekaragaman hayati dan keragaman budaya yang dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi dan pembangunan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Provinsi Gorontalo mempunyai potensi sumberdaya alam yang besar untuk dikembangkan, dengan kreativitas masyarakat lokal membangun usaha yang berkarakteristik atau mempunyai ciri khas tersendiri yang dikenal dengan geoproduct. Penyebab belum optimalnya pengembangan geoproduct karena (1) pengetahuan masyarakat yang masih minim, (2) belum ada kreativitas masyarakat dalam menciptakan produk baru, (3) pemasaran yang manual, dan (4) anggaran yang terbatas. Alternatif kebijakan meliputi (1) sosialisasi, pendampingan dan monitoring kepada masyarakat dan pelaku UMKM di sekitar kawasan Geopark; (2) pelatihan kepada masyarakat disekitar kawasan geopark dalam merancang dan menciptakan geoproduct; (3) pemasaran dengan memanfaatkan teknologi; dan (4) alokasi anggaran di masing-masing OPD. Berdasarkan analisis Eisenhower Matrix rekomendasi kebijakan yang paling dimungkinkan yaitu berdasarkan elemen urgent dan important adalah pengalokasian anggaran pada masing-masing OPD melalui regulasi khusus Gubernur sebagai Kepala Daerah

Kata Kunci: *Pemberdayaan, Geoproduct, Geopark*

PENDAHULUAN

Geopark (taman bumi) merupakan konsep pengembangan kawasan yang didalamnya terdapat unsur geologi, keanekaragaman hayati dan keragaman budaya. Dalam pengelolaannya, harus disinergikan dengan pilar konservasi, aspek edukasi dan pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan atau pertumbuhan nilai ekonomi lokal. Peraturan

Presiden No. 9 Tahun 2019 tentang Pengembangan Taman Bumi, mengatur 4 (empat) tahapan yaitu, penetapan warisan Geologi, Perencanaan Geopark, penetapan status geopark dan pengelolaan geopark. Saat ini Provinsi Gorontalo telah menyelesaikan dua tahap, pertama terbitnya Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor: 150.K/GL.01/MEM.E/2023 Tentang Penetapan Warisan Geologi (Geoheritage) Kabupaten Bone Bolango, Kabupaten Gorontalo, Kabupaten Gorontalo Utara, Dan

Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo tanggal 3 Juli 2023.
Kedua penyusunan

Rencana induk, dan proposal usulan yang termasuk dalam perencanaan geopark telah diselesaikan dan di verifikasi langsung dilapangan oleh Tim Komite Nasional Geopark Indonesia.

Keberadaan Geopark membuka kesempatan dan peluang bagi masyarakat lokal baik dalam sektor pariwisata maupun dalam sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Masyarakat yang tinggal dan hidup di lingkungan sekitar kawasan geopark seharusnya pertama kali menerima dampak dari penetapan Geopark Gorontalo menjadi Geopark Nasional. Pemahaman masyarakat terhadap pentingnya Geopark dapat tercipta dengan baik melalui bentuk inklusivitas yaitu partisipasi langsung kelompok masyarakat secara menyeluruh tanpa ada perbedaan dalam pengembangan Geopark.

Pengembangan kawasan geopark tidak hanya berfokus pada aspek lingkungan, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan ekonomi. Kebijakan ini akan mendorong pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan ekowisata, kerajinan lokal, dan pelatihan keterampilan.

Di Provinsi Gorontalo jumlah UMKM mencapai 105.509 dengan skala usaha mikro 99.757, skala kecil 5078 dan skala menengah 674. UMKM ini tersebar di kabupaten/kota dalam wilayah Provinsi Gorontalo dengan jumlah terbanyak berada di kabupaten Gorontalo dan terkecil berada di Kabupaten Gorontalo Utara.

Tabel 1: Data UMKM se-Provinsi Gorontalo Per Skala Usaha Tahun 2024

KABUPATEN/KOTA	MIKRO	KECIL	MENENGAH	TOTAL
Kota Gorontalo	17227	2692	400	20319
Kabupaten Gorontalo	37897	419	12	38328
Kabupaten Boalemo	11925	1493	202	13620
Kabupaten Pohuwato	13184	87	19	13290
Kabupaten Bone Bolango	11174	174	26	11374
Kabupaten Gorontalo Utara	8350	213	15	8578
TOTAL	99757	5078	674	105509

Sumber: Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Gorontalo, 2024

Selanjutnya pada tabel 2 dapat dilihat bahwa dari 7 (tujuh) jenis UMKM yang ada, jenis usaha perdagangan merupakan UMKM terbesar yang paling banyak digeluti oleh masyarakat di Provinsi Gorontalo yaitu sebanyak 76.390 UMKM dan yang terkecil adalah jenis usaha perkebunan sebesar 510 UMKM, dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih tertarik untuk membuka usaha perdagangan dimana hampir 72,40% jenis usaha UMKM di Provinsi Gorontalo adalah perdagangan.

Tabel 2: Data UMKM Per Jenis Usaha Tahun 2024

Kabupaten/Kota	Pangan	Perikanan	Kerajinan	Perdagangan	Pertanian	Jasa	Perkebunan	Total
Kota Gorontalo	4118	347	821	13115	64	1846	8	20319
Kabupaten Gorontalo	4130	937	1387	28054	591	2945	284	38328
Kabupaten Boalemo	1032	232	249	11116	111	819	61	13620
Kabupaten Pohuwato	1776	429	181	9582	223	1046	53	13290
Kabupaten Bone Bolango	1914	246	106	7737	56	1232	83	11374
Kabupaten Gorontalo Utara	1126	211	144	6786	12	278	21	8578
TOTAL	14096	2402	2888	76390	1057	8166	510	105509

Sumber: Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Gorontalo, 2024

Geopark Gorontalo saat ini terus berupaya melakukan pembenahan untuk mengembangkan (UMKM) dalam menciptakan produk yang inovatif dan terkait dengan geopark atau dalam istilah lainnya disebut geoproduct. Geoproduct muncul bersamaan dengan filosofi geopark, yaitu produk yang menghadirkan karakteristik geopark dipasaran (Yuliawati et al., 2021). Definisi lain adalah jenis produk yang terkait dengan geopark atau geowisata secara umum yang mencakup kerajinan tangan dan produk lokal yang berkontribusi aktif untuk pertumbuhan ekonomi lokal dan juga untuk meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai geodiversitas, keanekaragaman hayati dan budaya (Farsani et al., 2010).

Geoproduct telah menciptakan lapangan kerja baru untuk komunitas lokal, kebangkitan kerajinan tangan dan promosi budaya lokal, meningkatkan pendapatan dan sebagainya. Munculnya geoproduct memberi kesempatan yang seluas-luasnya untuk masyarakat maupun pelaku UMKM melalui usaha ekonomi kerakyatan yang kreatif

seperti geo food, geo fashion dan geo craft dan geoproduct lainnya.

DESKRIPSI MASALAH

Salah satu geoproduct Gorontalo yang paling banyak diminati adalah produk geofood yang berbahan baku ikan seperti sambal roa atau sagela, ikan nike, sambal tuna, acar tuna, bakso tuna, ikan payangga dan masih banyak lagi produk geofood yang menggunakan bahan dasar ikan. Selain itu ada makanan khas Gorontalo seperti milu siram, ilabulo, pia jagung, kue kerawang, kripik pisang, dodol dan jajanan lainnya yang merupakan produk lokal Gorontalo.

Selain geofood, Gorontalo juga memiliki potensi geo fashion yaitu kain unik yang bernama karawo. Produk ini menjadi istimewa karena proses pembuatan dilakukan secara manual atau menggunakan tangan dan menghasilkan motif-motif yang sangat indah. Kain karawo ini dapat dijadikan pakaian atau seragam yang telah menjadi ciri khas dari Gorontalo. Sulaman kain karawo ini juga dapat dibuat menjadi kerudung atau jilbab hingga menjadi produk lainnya seperti kipas-kipas, dompet, bros dan produk geo fashion lainnya yang dapat dijadikan souvenir atau cenderamata untuk para wisatawan lokal maupun mancanegara.

Sementara untuk geo craft masih terbatas pada gantungan kunci yang merupakan produk kerajinan tangan yang dibuat oleh masyarakat disekitar lokasi geopark seperti gantungan kunci hiu paus, walaupun masih dalam skala kecil dan dengan sistem pemasaran hanya di lokasi geopark saja.

Dibalik potensi yang ada, terdapat permasalahan utama yang tidak cukup hanya mengandalkan peran pemerintah daerah saja tapi harus ada kolaborasi seluruh *stakeholders* termasuk masyarakat dalam mengembangkan geoproduct yang lebih kreatif dan inovatif

dan dirancang berdasarkan budaya geopark sehingga membangun perekonomian masyarakat secara berkelanjutan. Permasalahan tersebut meliputi:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Geopark.

Berdasarkan diskusi dengan masyarakat yang berada dikawasan Geopark, sebagian besar sudah pernah mendengar geopark tapi belum memahami apa itu geopark dan bagaimana pengelolaannya, begitupun dengan para pelaku UMKM, sebagian besar belum memahami apa itu geoproduct.

2. Belum ada kreativitas pelaku UMKM dalam menciptakan produk inovasi.

Rata-rata produk yang dihasilkan hampir sama dan belum mampu menciptakan produk yang beragam dari satu produk olahan. Contohnya ikan, sebagian besar produk yang dihasilkan adalah abon dan sambal.

3. Pemasaran yang manual.

Masih adanya pelaku UMKM yang menggunakan pemasaran secara manual dikarenakan ketidakmampuan dan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi dan jaringan internet, membutuhkan peran penggiat teknologi untuk membantu para pelaku UMKM dalam menjalankan pemasaran secara online menjadi penting dilibatkan dalam pelaksanaannya.

4. Sumber pendanaan terbatas atau cenderung.

Saat ini pendanaan untuk kegiatan Geopark hanya ada di Bidang Riset dan Inovasi Bappeda dalam bentuk fasilitasi, koordinasi dan riset. Pendanaan juga ada di Dinas Pariwisata, yang seharusnya beberapa OPD terkait lainnya harus mendapatkan pendanaan untuk mendukung pengembangan Geopark. Hal ini mengakibatkan peran OPD terkait belum optimal dalam pengembangan Geopark Gorontalo

KEBIJAKAN YANG DISASAR

Kebijakan yang disasar adalah Rencana Pembangunan Daerah Provinsi Gorontalo 2023-2026, yaitu, pertama, meningkatnya nilai tambah produk unggulan daerah, lapangan kerja dan daya saing perekonomian. Kedua, meningkatnya daya saing dan kemandirian desa.

Strategi terhadap sasaran pertama yaitu peningkatan industri hulu hilir, industri olahan hasil pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, pertambangan, aspek kegeologian, peningkatan nilai tambah, tenaga kerja, peningkatan UMKM, peningkatan ekspor, dan peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif.

Strategi terhadap sasaran kedua yaitu mendorong peningkatan ekonomi pedesaan berbasis potensi lokal dengan pendekatan klaster kawasan strategis.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

1. Untuk mengatasi masalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang Geopark maka alternatif solusi adalah melakukan sosialisasi, pendampingan dan monitoring kepada masyarakat dan pelaku UMKM di sekitar kawasan Geopark.
2. Untuk mengatasi masalah belum ada kreativitas pelaku UMKM dalam menciptakan produk inovasi maka alternatif solusi adalah memberikan pelatihan kepada masyarakat disekitar kawasan geopark dalam merancang dan menciptakan geoproduct yang sesuai dengan ciri khas daerah dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang ramah lingkungan serta mengandung unsur edukasi.
3. Untuk mengatasi masalah pemasaran yang masih manual maka pemanfaatan teknologi dan jaringan

internet, yaitu pemasaran secara online.

4. Untuk mengatasi masalah keterbatasan anggaran perlu adanya kebijakan penyediaan alokasi anggaran di masing-masing OPD.

Berdasarkan the Eisenhower Matrix yang menggunakan elemen urgent dan important maka rekomendasi kebijakan yang dimungkinkan adalah kebijakan pengalokasian anggaran pada OPD melalui pembahasan dalam rapat koordinasi (rakor) Geopark untuk mengintegrasikan regulasi yang relevan dengan tugas, fungsi, kebutuhan dan tujuan serta indikator Sustainable Development Goals (SDGs).

Anggaran pada masing-masing OPD dimanfaatkan untuk (1) meningkatkan kapasitas masyarakat secara umum atau pelaku UMKM secara khusus berpartisipasi aktif dalam menjaga bumi dan menciptakan produk lokal yang inovatif dengan pendampingan yang efektif; (2) melakukan promosi dengan branding Geopark pada kemasan geoproduct untuk membuka pasar dan memanfaatkan teknologi; dan (3) melakukan kerja sama multipihak yakni pemerintah, masyarakat, akademisi, dunia usaha, lembaga swadaya masyarakat dan mitra pembangunan lainnya yang berkaitan dengan pengembangan geopark Gorontalo, sehingga masyarakat disekitar kawasan geopark atau pelaku UMKM dapat membuka peluang usaha baru dengan menghasilkan geoproduct sebagai upaya peningkatan pendapatan masyarakat lokal.