

**MENGGALI POTENSI KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT MELALUI  
KREATIFITAS PENGOLAHAN HASIL KEKAYAAN LAHAN BASAH ( STUDI  
DI KELURAHAN ALALAK UTARA BANJARMASIN KALIMANTAN  
SELATAN )**

**Anna Nur Faidah; Laila Refiana Said**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

*Email: anurfaidah@unlam.ac.id, lrsaid@unlam.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) potensi kewirausahaan masyarakat sehubungan dengan pemanfaatan kekayaan lahan basah. (2) kreatifitas yang dapat dilakukan masyarakat dalam memanfaatkan kekayaan lahan basah untuk membuat produk yang berbeda dan lebih bernilai ekonomis. (3) Produk bernilai ekonomis yang dapat dihasilkan masyarakat dari kekayaan lahan basah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan model fenomenology untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Masyarakat memiliki potensi/peluang kewirausahaan dilihat dari berbagai sisi baik peluang maupun tantangan. Hasil temuan sampai saat ini menunjukkan bahwa dari kekayaan lahan basah yang paling berpotensi untuk dikembangkan adalah ikan Lundu, mengingat: pemanfaatan ikan Lundu masih sangat sederhana, dijual masih dalam bentuk mentah, tak ada satupun yang berua produk siap konsumsi dan ini berpotensi digali/dikembangkan menjadi olahan yang menarik sebab keberadaannya liar dan sangat berlimpah, harganya murah, kandungan kasiat dan gizi tinggi, memiliki tingkat kesulitan yang tinggi untuk membersihkan/menyiangi karena memiliki tiga patil di bagian kepala. Semua ini akan menjadi peluang kewirausahaan yang jika ditekuni dengan telaten, serius, pantang menyerah, optimis dan penuh kreatifitas dapat memunculkan wirausaha-wirausaha baru yang pada akhirnya berimbas pada pendapatan keluarga. (2) Kreatifitas pengolahan produk perlu dilakukan untuk menarik minat pembeli. Dilakukan secara berkelompok oleh ibu-ibu rumah tangga sebagai kegiatan untuk memberdayakan dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Kreatifitas dilakukan antara lain dengan mencari sumber referensi tentang masakan sejenis yang biasa diolah di pulau Jawa, kemudian dimodifikasi sedemikian rupa untuk diadaptasikan dengan resep-resep tradisional yang ada di daerah setempat. (3) Hasil kreatifitas yang telah dihasilkan berupa ikan Lundu yang digoreng kering dengan resep tertentu, dipepes dengan campuran kemangi, dibakar dengan cara tusuk seperti sate, dimasak bumbu pedas dan dibuat pempek.

**Kata Kunci** : potensi kewirausahaan, kreatifitas

**PENDAHULUAN**

Banjarmasin terkenal dengan sebutannya sebagai kota seribu sungai, karena letak demografisnya yang sekelilingnya banyak sungai pasang surut. Sesuai dengan kondisi geografisnya, maka Banjarmasin merupakan salah satu wilayah rawa/gambut dan terkategori sebagai daerah lahan basah. Sungai-sungai mengitari hampir seluruh wilayah Banjarmasin, mulai dari di perkampungan hingga menembus ke pusat kota. Ada sungai Martapura, dan banyak anak sungai Barito dengan bermacam nama. Beberapa diantaranya adalah Sungai Awang, dan Sungai Alalak yang melintasi wilayah kelurahan Alalak Utara.

Kelurahan Alalak Utara diklasifikasikan sebagai kelurahan yang berkembang, memiliki 46 Rukun Tetangga dan 3 buah Rukun Warga ( Kantor Kecamatan Banjarmasin Utara, 2016) dan merupakan salah satu diantara beberapa kelurahan di tepian sungai yang ada di Banjarmasin. Jumlah penduduk keseluruhan 25.243 orang yang terdiri dari wanita 12.727 orang

dan pria 12.516 orang dengan sex ratio 101,69% ( BPS Kota Banjarmasin,2107). Ada enambelas RT yang langsung bersisian dengan sungai dan memiliki ciri khas tersendiri, yaitu rumah kayu di tepi sungai atau bahkan di atas sungai. Lalu di seberangnya persisnya di belakang rumah penduduk adalah hutan rawa yang ditumbuhi aneka ragam kekayaan alam hayati. Tanaman liar yang biasa tumbuh di antaranya adalah pohon Nipah, keladi, rumput purun. Kelakai dan pay (dua terakhir adalah tanaman sejenis pakis dan tumbuh di atas rawa). Kekayaan alam ini tidak hanya sebatas tumbuhan, tapi juga berupa berbagai macam ikan sungai. Diantaranya adalah ikan Haruan, Tauman, Sepat, Pepuyu, Patin dan Lundu.

Sebagian besar rumah penduduk dibangun dengan amat sederhana, kayu alami dan lebih banyak tanpa polesan cat. Tipe rumahnya pun kecil memanjang menjorok ke arah sungai bagi penduduk yang membangun rumahnya di atas sungai. Banyak rumah yang jendelanya juga terbuat dari kayu, bukan kaca sehingga harus selalu dibuka lebar-lebar di siang hari untuk mendapatkan cahaya matahari. Konsekuensinya jika hari hujan, jendela terpaksa ditutup dan rumah menjadi gelap. Jika membutuhkan penerangan, maka satu-satunya cara adalah menyalakan lampu di siang hari.

Secara umum, data penduduk miskin kota Banjarmasin periode 2002-2015 adalah 29.950 KK, dengan Tingkat Keparahan Kemiskinan 0,15 % dan Tingkat Kedalamam Kemiskinan 0,65%( BPS Kota Banjarmasin,2017).

Berdasarkan wawancara dan data dari ketua RT daerah tepian sungai dan staff kelurahan terungkap bahwa sebagian besar masyarakat berada di bawah garis kemiskinan dan berhak mendapat raskin/BLT, angka pengangguran cukup banyak, banyak yang berpendidikan hanya sampai SMP dan paling tinggi SMA. Mata pencaharian masyarakat beraneka ragam, mulai dari petani, pedagang, buruh kasar, buruh tak tetap serabutan, kuli, wirausaha, pembantu rumah tangga, guru, tukang cuci setrika, hingga pencari sayuran liar ( seperti sulur, keladi, kangkung, teratai, kelakai, dan pay ). Penerima Raskin di Kelurahan Alalak sebesar 566 Kepala Keluarga dan sebagian besar untuk Rukun Tetangga yang bersisian dengan sungai yaitu RT 01-16 ( Kantor Kelurahan Alalak Utara, 2017)

Potret kemiskinan tergambar jelas dari rumah-rumah mereka yang terbuat dari kayu, sudah mulai rapuh dan pudar warna aslinya. Tanda rumah sudah cukup berusia tua, namun penghuni tak mampu memperbaiki. Hasil observasi lapangan ada sejumlah 108 rumah berjendela kayu, gelap dan kumuh dari 252 rumah yang berdiri di atas sungai.

Potret buram kemiskinan masyarakat sesungguhnya berbanding terbalik dengan tersedianya kekayaan alam lahan basah yang berlimpah di sekitar mereka. Kekayaan aneka macam tumbuhan dan ikan yang gratis disediakan oleh alam, yang sebenarnya merupakan peluang/potensi cukup besar jika dikelola dengan baik. Hanya butuh modal kemauan dan tekad yang kuat untuk memanfaatkannya.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat secara turun temurun telah memanfaatkan kekayaan alam lahan basah tersebut dalam kehidupan masyarakat, baik untuk dikonsumsi maupun diolah menjadi produk lain yang bermanfaat.

Beberapa masyarakat memanfaatkan halaman rumahnya untuk usaha jual beli hasil kekayaan lahan basah tersebut, baik berupa tanaman maupun ikan. Semua dijual dalam bentuk mentah, masih sangat segar dan langsung diambil dari alam. Di sepanjang sungai hanya ada satu orang yang menjualnya dalam bentuk sayur matang siap konsumsi.

Sementara untuk ikan, tak ada seorangpun yang menjualnya dalam kondisi siap santap. Semua diperjualbelikan dalam bentuk masih mentah dan segar. Tak ada satupun masyarakat yang mengolah menjadi lauk siap konsumsi. Ada sebagian konsumen yang malas membelinya, mengingat sulitnya membersihkan/menyiangi ikan Lundu yang memiliki tiga patil tajam di sisi kiri kanan dan atas bagian kepala. Apabila kurang hati-hati tusukan patilnya sangat sakit dan menghasilkan sensasi perih cukup lama. Kondisi seperti ini menunjukkan bahwa kekayaan lahan basah belum dimanfaatkan secara optimal sebagai peluang usaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan hidup.

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka dapat ditarik beberapa pertanyaan sebagai berikut : (1) Bagaimana potensi kewirausahaan masyarakat sehubungan dengan pemanfaatan kekayaan lahan basah? (2) Bagaimana kreatifitas yang dapat dilakukan masyarakat dalam memanfaatkan kekayaan lahan basah untuk membuat produk yang berbeda dan lebih bernilai

ekonomis? (3) Produk bernilai ekonomis apa saja yang dapat dihasilkan masyarakat dari kekayaan lahan basah?

Drucker dalam Suryana (2006) menyatakan kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Semangat yang terkandung dalam kewirausahaan, yang dikenal dengan istilah entrepreneurship, pada hakekatnya adalah segala upaya untuk menciptakan kemakmuran bagi individu atau sekelompok orang yang juga harus dapat memberikan nilai positif bagi masyarakat luas sehingga akan mendorong individu lain untuk berwirausaha dan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian bangsa. Jika sekelompok individu berasal dari kalangan bawah (masyarakat ekonomi lemah), maka peningkatan kemakmuran akan mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial ekonomi di antara kelompok masyarakat individu berasal.

Kewirausahaan adalah berfikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berpikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Menurut Everett E. Hagen ciri-ciri innovational personality adalah sebagai berikut : (a) Openness to experience, terbuka terhadap pengalaman, (b) Creative imagination, memiliki kemampuan untuk bekerja dengan penuh imajinasi, (c) Confidence and content in one's own evaluation, memiliki keyakinan atas penilaian dirinya dan teguh pendirian, (d) Satisfaction in facing and attacking problems and in resolving confusion or inconsistency, selalu memiliki kepuasan dalam menghadapi dan memecahkan persoalan, (e) Has a duty or responsibility to achieve, memiliki tugas dan rasa tanggung jawab untuk berprestasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor dari dalam individu itu sendiri sedangkan faktor eksternal merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya (Suryana, 2006: 34).

Faktor internal, meliputi :1). Kebutuhan berprestasi (need for achievement); kebutuhan berprestasi mendorong individu untuk menghasilkan yang terbaik (Suryana, 2001: 34). Lambing dan Kuehl (2000: 17) menyatakan bahwa tujuan yang ingin dicapai seorang wirausahawan dipengaruhi oleh kebutuhan akan berprestasinya yang mendorong individu untuk menghasilkan yang terbaik dan biasanya memiliki inisiatif serta keinginan yang kuat untuk mengungkapkan ide-ide dalam pikirannya, menyampaikan gagasan demi mencapai suatu kesuksesan, (3) Internal locus of control; dijelaskan lebih lanjut oleh Lambing dan Kuehl (2000 : 17), individu yang memiliki internal locus of control mempercayai bahwa kegagalan dan kesuksesan yang dialami ditentukan dari usaha yang dilakukan. Individu yakin akan kemampuan yang dimiliki dan berusaha keras mencapai tujuannya (Riyanti, 2003 :60). Berdasarkan penelitian Rotter (Hisrich dan Peters, 2000 :69) terhadap wirausaha menunjukkan bahwa internal locus of control berhubungan dengan motivasi berwirausaha dan berkorelasi positif dengan kesuksesan dalam berkarir. 3) Kebutuhan akan kebebasan (need for independence); Hisrich dan Peters (2000 :71) menjelaskan lebih lanjut bahwa seorang wirausahawan diharuskan untuk melakukan sesuatu berdasarkan caranya sendiri, sehingga memiliki kebutuhan akan kebebasan yang tinggi. Kebutuhan akan kebebasan berarti kebutuhan individu untuk mengambil keputusan sendiri, menentukan tujuan sendiri serta melakukan tindakan untuk mencapai tujuan dengan caranya sendiri, (4) Nilai-nilai pribadi; nilai-nilai pribadi sangat penting bagi para wirausahawan (Suryana, 2001:34). Hisrich dan Peters (2000 :72) serta Hunter (2003:5) menyatakan beberapa penelitian menunjukkan bahwa wirausaha mempunyai sifat dasar mengenai proses manajemen dan bisnis secara umum yang membantu individu menciptakan dan mempertahankan bisnis yang dirintis. Sifat dasar meliputi nilai kemenangan bagi individu yang berarti berhasil mengaktualisasikan dirinya. Nilai-nilai pribadi diterangkan lebih lanjut oleh Durkin (1995:152) yang menyatakan bahwa nilai pribadi akan menjadi dasar bagi individu pada saat mengambil keputusan dalam membuat perencanaan untuk mencapai kesuksesan, (5) Pengalaman; diartikan sebagai pengalaman kerja individu sebelum memutuskan kewirausahaan sebagai pilihan karir. Hisrich dan Peters, (2000:74) menyatakan bahwa pengalaman kerja mempengaruhi individu dalam menyusun rencana dan melakukan langkah-langkah selanjutnya.

Faktor eksternal, meliputi 1) Role model; merupakan faktor penting yang mempengaruhi individu dalam memilih kewirausahaan sebagai karir. Orang tua, saudara, guru atau wirausahawan lain dapat menjadi role model bagi individu. Individu membutuhkan dukungan dan nasehat dalam setiap tahapan dalam merintis usaha, role model berperan sebagai mentor

bagi individu. Individu juga akan meniru perilaku yang dimunculkan oleh role model, (2) Dukungan keluarga dan teman; dukungan dari orang dekat akan mempermudah individu sekaligus menjadi sumber kekuatan ketika menghadapi permasalahan (Hisrich dan Peters, 2000:75), (3) Pendidikan; pendidikan formal berperan penting dalam kewirausahaan karena memberi bekal pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha terutama ketika menghadapi suatu permasalahan.

Kreativitas juga memiliki peranan penting dalam kewirausahaan. Pablo Picasso mengatakan bahwa, “setiap orang dilahirkan memiliki kreatifitas, tetapi yang menjadi masalah adalah bagaimana mengelola kreatifitas tersebut.” Artinya setiap orang yang dilahirkan di dunia ini memiliki potensi kreatifitas yang sama, yang berbeda adalah hasrat dan motivasi serta lingkungan yang dihadapi untuk mengembangkan kreatifitasnya. ( Wawan, 2013 : 37 )

Menurut Munandar (1995 : 25) kreativitas adalah suatu kemampuan umum untuk menciptakan suatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya.

Menurut NACCCE (National Advisory Committee on Creative and Cultural Education) (dalam Craft, 2005), kreativitas adalah aktivitas imajinatif yang menghasilkan hasil yang baru dan bernilai. Selanjutnya Feldman (dalam Craft, 2005) mendefinisikan kreativitas adalah: “the achievement of something remarkable and new, something which transforms and changes a field of endeavor in a significant way . . . the kinds of things that people do that change the world.”

Adapun Definisi kreativitas tergantung pada segi penekanannya, kreativitas dapat didefinisikan kedalam empat jenis dimensi sebagai Four P’s Creativity, yaitu dimensi Person, Proses, Press dan Product sebagai berikut :

1. Definisi kreativitas dalam dimensi Person. Definisi pada dimensi person adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif. “Creativity refers to the abilities that are characteristics of creative people” (Guilford, 1950 dalam Reni Akbar-Hawadi dkk, 2001). “Creative action is an imposing of one’s own whole personality on the environment in an unique and characteristic way (Hulbeck, 1945 dikutip Utami Munandar, 1999). Guilford menerangkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan atau kecakapan yang ada dalam diri seseorang, hal ini erat kaitannya dengan bakat. Sedangkan Hulbeck menerangkan bahwa tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya. Definisi kreativitas dari dua pakar diatas lebih berfokus pada segi pribadi.
2. Kreativitas dalam dimensi Process. Definisi pada dimensi proses upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif. “Creativity is a process that manifest in self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking” (Munandar, 1977 dalam Reni Akbar-Hawadi dkk, 2001). Utami Munandar menerangkan bahwa kreativitas adalah sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci), suatu gagasan. Pada definisi ini lebih menekankan pada aspek proses perubahan (inovasi dan variasi). Dari pendapat diatas kreativitas sebagai sebuah proses yang terjadi didalam otak manusia dalam menemukan dan mengembangkan sebuah gagasan baru yang lebih inovatif dan variatif (divergensi berpikir).
3. Definisi Kreativitas dalam dimensi Press. Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis. Definisi Simpson (1982) dalam S. C. U. Munandar 1999, merujuk pada aspek dorongan internal dengan rumusnya sebagai berikut : “The initiative that one manifests by his power to break away from the usual sequence of thought”. Mengenai “press” dari lingkungan, ada lingkungan yang menghargai imajinasi dan fantasi, dan menekankan kreativitas serta inovasi. Kreativitas juga kurang berkembang dalam kebudayaan yang terlalu menekankan tradisi, dan kurang terbukanya terhadap perubahan atau perkembangan baru.

4. Definisi Kreativitas dalam dimensi Product. Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif. "Creativity is the ability to bring something new into existence" (Baron, 1976 dalam Reni Akbar-Hawadi dkk, 2001). Definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas, seperti yang dikemukakan oleh Baron (1969) yang menyatakan bahwa kreatifitas adalah kemampuan untuk menghasilkan/menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haefele (1962) dalam Munandar (1999) yang menyatakan kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Dari dua definisi ini maka kreatifitas tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi mungkin saja kombinasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya.

#### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang bertujuan memahami realitas sosial dengan melihat dunia apa adanya, bukan dunia yang seharusnya, sehingga peneliti dituntut untuk bersifat open minded. Model penelitian kualitatif yang digunakan adalah fenomenology untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran "keyakinan" individu yang bersangkutan ( Herdiansyah, 2102 : 66 ).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di sepanjang tepian sungai Alalak Kalimantan Selatan yang berdagang hasil kekayaan lahan basah baik tanaman maupun ikan. Teknik Sampling yang digunakan adalah *Purposeful Sampling* dengan strategi sampling yang bersifat typical ( *typical sampling* ). Sampel dalam penelitian ini dibatasi pada individu-individu yang merupakan penduduk asli dan tinggal di tepian sungai dari sejak mereka lahir dan memiliki usaha penjualan kekayaan lahan basah.

Dalam menentukan jumlah dan waktu berinteraksi dengan sumber data, peneliti menggunakan konsep sampling *maximum variation sampling to document unique variations*. Peneliti akan menghentikan pengumpulan data apabila dari sumber data sudah tidak ditemukan lagi ragam baru, sehingga berdasarkan observasi langsung di lapangan diperoleh sejumlah lima orang sebagai informan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam. Teknik ini diterapkan dengan tujuan agar keterlibatan langsung peneliti melakukan pengamatan, dapat menghasilkan data yang sedalam mungkin sehingga mampu menganalisis data yang didapatkan dari lapangan dengan detail.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan Model Interaktif menurut Miles dan Huberman yang terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan, yaitu pertama tahapan pengumpulan data, ke dua tahap reduksi data, ke tiga tahapan display data, dan ke empat tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Waktu penelitian telah dimulai sejak awal tahun 2017 sebagai penelitian pendahuluan dan pengamatan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut analisis deskriptif hasil wawancara dengan masyarakat tepian sungai Alalak. Wawancara dilakukan selama enam bulan dengan frekuensi antara sepuluh sampai duabelas kali tiap informan, yang dilakukan untuk menjamin adanya reliabilitas dan validitas.

Menurut Amang Bari (beliau adalah petani sekaligus penjual kekayaan alam lahan basah), masyarakat siapa pun ia, boleh dengan bebas mengambil hasil alam baik berupa tanaman maupun binatang yang keberadaannya adalah secara liar dan alami, baik untuk konsumsi sendiri maupun dijual. Selama ini beliau menopangkan hidup pada hasil kekayaan alam lahan basah, baik dengan cara membeli maupun mencari sendiri ke hutan untuk kemudian memperjualbelikannya. Harga ikan Lundu besar berkisar sepuluh ribu rupiah. Haruan besar tigapuluh ribu rupiah, patin duapuluh dua ribu rupiah. Ada juga berbagai jenis sayur mayur yang dijual seperti Kelakai ( sejenis pakis berdaun kecil ), Pay ( sejenis pakis berdaun lebar),

Nipah, Pohon Kelapa dengan segala hasilnya, Talas Keladi beserta tunasnya ( Sulur dalam bahasa Banjar), Supan-Supan ( puteri malu) dan Batang Teratai. Beberapa jenis tanaman tersebut biasa diolah sebagai sayur yang disantap bersama nasi.

Mang Usup ( beliau adalah penjual ikan haruan/gabus, dan lundu/kating) menceritakan bahwa setiap hari beliau menjual ikan Lundu hasil tangkapan kawannya kepada masyarakat sekitar dengan harga berkisar tujuh ribu rupiah per kilogram. Selain dijual dalam kondisi hidup, beliau juga biasa menjual ikan Lundu yang diolah menjadi ikan siap masak, sudah disiangi ( dibersihkan ). Ikan Lundu diambil dari sungai-sungai sekitar hutan rawa dan mangrove yang jauh dari pemukiman penduduk sedangkan Ikan Haruan hidup liar di sekitar rawa. Ikan Haruan bisa digoreng, masak habang, pepes, panggang dan sebagainya. Sedangkan ikan Lundu hanya biasa digoreng dan masak kuning.

Acil Atuh, beliau adalah penjual ikan, sayur dan segala hasil tanaman lahan basah. Ikan Haruan dan Lundu hampir selalu tersedia, apalagi saat sedang banyak-banyaknya disediakan oleh alam dan dijual penangkap ikan. Harga per kilo ikan Lundu antara empat ribu hingga tujuh ribu rupiah. Kelakai, kelapa baik tua atau muda, pisang dan segala macam hasil kekayaan alam lahan basah setiap hari dibelinya di pasar terapung untuk dijual kembali ke penduduk sekitar rumahnya. Usaha ini telah ditekuninya selama puluhan tahun juga dari usia muda.

Acil Eroh/ Lamak, beliau juga adalah penjual sayur, ikan dan buah-buahan. Mata pencaharian ini telah beliau geluti sejak lama, puluhan tahun yang lalu. Selepas subuh beliau berperahu menuju pasar terapung untuk membeli barang dagangannya. Ikan Lundu hampir selalu ada, karena ketersediaannya yang sangat berlimpah dan menjadi ikan kesukaan masyarakat yang murah meriah. Satu kilogram biasa dijual antara tujuh ribu hingga delapan ribu rupiah, tergantung besar kecilnya ikan dan banyak sedikitnya di pasaran. Kebutuhan keluarga lumayan terpenuhi dari usaha perdagangan ini yang menjadi sumber pendapatan keluarga. Perahu yang digunakan untuk menuju pasar terapung merupakan salah satu asset yang berhasil dimiliki dari usaha beliau selama ini.

Acil Lela, penjual berbagai macam ikan laut dan ikan sungai. Ikan sungai yang tersedia adalah Haruan, Lundu, Sepat, Pepuyu, dan Patin. Buka setiap hari sepuluh dari belanja di pasar terapung Kuin mulai pukul 07.30 pagi hingga siang sekitar jam 11.00. Harga murah dan ikan yang segar/ masih hidup di barang dagangannya membuat setiap pagi masyarakat sekitar berebut membeli. Ikan Lundu dijual sekiatr harga empat ribu rupiah per kilogram, haruan duapuluh dua ribu rupiah, patin duapuluh ribu rupiah, pepuyu duapuluh ribu rupiah. Selain sayur beliau juga menjual sayur khas lahan basah seperti kelakai, kangkung, genjer.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara mendalam tersebut, ditemukan bahwa sampai saat ini hanya ada salah satu jenis ikan liar yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, dengan tidak menutup kemungkinan kekayaan lahan basah lain pun dapat memiliki peluang. Ketersediaannya sangat melimpah. Masyarakat setempat biasa mengkonsumsinya, namun tidak dengan masyarakat wilayah Banjarmasin lainnya. Namanya ikan Lundu, di pulau Jawa dikenal sebagai ikan Kating. Ikan Lundu biasa hidup di sungai hampir di seluruh wilayah Banjarmasin termasuk di bawah kolong rumah penduduk yang dibangun diatas sungai. Itu sebabnya, sebagian besar penduduk Banjarmasin khususnya yang hidup di perkotaan merasa jijik dan tidak mengkonsumsi ikan Lundu, meski pada faktanya anggapan ikan Lundu adalah ikan kolong rumah adalah keliru. Hal ini karena sebenarnya ikan Lundu yang ditangkap adalah yang habitatnya jauh dari rumah penduduk dan berada di sekitar hutan rawa.

Temuan di lapangan juga menunjukkan, ternyata ikan Lundu memiliki harga yang sangat murah bila dibandingkan dengan ikan sungai lainnya, yaitu antara dua ribu rupiah hingga sepuluh ribu rupiah tergantung besar kecilnya ukuran ikan dan ketersediaan di pasar. Maka tak heran jika kemudian dianggap sebagai ikan masyarakat kelas bawah. Selain itu, dari segi rasa juga termasuk jenis ikan yang sangat gurih, mirip ikan Patin tetapi teksturnya lebih padat dan ukurannya lebih kecil (hanya sampai sekitar dua jari orang dewasa). Di masyarakat sekitaran Lamongan Jawa Timur, ikan jenis ini amat digemari dan diolah menjadi botok, disamping rasanya yang enak, duri-durinya pun mengumpul di tengah sehingga mudah dikonsumsi. Namun harganya lumayan mahal, tak semurah dan semelimpah di Banjarmasin.

Dilihat dari segi kesehatan, ikan Lundu pun memiliki kandungan gizi yang sangat tinggi. Khasiat yang terkandung dalam ikan Lundu/Kating antara lain menjaga kesehatan sistem

limbic, mencegah presbiopi, mengobati belekan, mencegah maag dan batu empedu, membantu penyembuhan demam viral, mengurangi gejalatypus, mengobati meningitis, mencegah infeksi saluran kemih, mengandung vitamin E, zat besi dan Omega 3, mengurangi kolesterol, membantu meregenerasi sel, mencegah stroke, dan membangun otot ( [www.khasiat.co.id](http://www.khasiat.co.id)).

## KESIMPULAN

Berdasarkan berbagai fenomena masyarakat kelurahan Alalak Utara dalam memanfaatkan kekayaan lahan basah, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Masyarakat memiliki potensi/pejuang kewirausahaan dilihat dari berbagai sisi baik peluang maupun tantangan. Hasil temuan sampai saat ini menunjukkan bahwa dari kekayaan lahan basah yang paling berpotensi untuk dikembangkan adalah ikan Lundu, mengingat: pemanfaatan ikan Lundu masih sangat sederhana, dijual masih dalam bentuk mentah, tak ada satupun yang berua produk siap konsumsi dan ini berpotensi digali/dikembangkan menjadi olahan yang menarik sebab keberadaannya liar dan sangat berlimpah, harganya murah, kandungan khasiat dan gizi tinggi, memiliki tingkat kesulitan yang tinggi untuk membersihkan/menyiangi karena memiliki tiga patil di bagian kepala. Semua ini akan menjadi peluang kewirausahaan yang jika ditekuni dengan telaten, serius, pantang menyerah, optimis dan penuh kreatifitas dapat memunculkan wirausaha-wirausaha baru yang pada akhirnya berimbas pada pendapatan keluarga. Tantangan yang dihadapi berupa penilaian masyarakat yang memandang ikan Lundu sebelah mata bisa dijawab dengan sosialisasi tentang kandungan gizi dan manfaat yang terkandung dalam ikan. Selain itu juga dengan promosi coba gratis dari kreatifitas pengolahan yang menghasilkan produk yang beragam sebagai daya tarik untuk memikat masyarakat dalam mengenal serta mengkonsumsi ikan Lundu.
2. Kreatifitas pengolahan produk perlu dilakukan untuk menarik minat pembeli. Dilakukan secara berkelompok oleh ibu-ibu rumah tangga sebagai kegiatan untuk memberdayakan dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Kreatifitas dilakukan antara lain dengan mencari sumber referensi tentang masakan sejenis yang biasa diolah di pulau Jawa, kemudian dimodifikasi sedemikian rupa untuk diadaptasikan dengan resep-resep tradisional yang ada di daerah setempat. Perlu diajarkan dan dilatih pada kelompok ibu-ibu tentang kewirausahaan dan cara menghitung Analisis Usaha Ikan Lundu, untuk memastikan keberlangsungan usaha dan sisi modal, biaya serta laba.
3. Hasil kreatifitas yang telah dihasilkan berupa ikan Lundu yang digoreng kering dengan resep tertentu, dipepes dengan campuran kemangi, dibakar dengan cara tusuk seperti sate, dimasak bumbu pedas dan dibuat pempek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basuki, Heru. 2006. "Pengembangan Kreativitas" melalui, <http://www.heru.staff.gunadarma.ac.id>
- Buchari Alma. 2003. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Clegg, P. (2008). Creativity and Critical Thinking in TheGlobalised University. Innovations in Craft, A. (Ed). (2005). Creativity in Schools Tensions and Dilemmas. New York: Routledge.
- Dedy Supriadi. (1994). *Kreativitas Kebudayaan dan Perkembangan Iptek*. Bandung: Alfabeta.
- Kauffman, J. C. & Stenberg, R. J. (2006). The international handbook of creativity. Cambridge University Press.
- Kecamatan Banjarmasin Utara Dalam Angka, BPS Kota Banjarmasin, 2017
- Longenecker, Justin G., et al. 2000. Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil. Jakarta, Salemba Empat
- Masykur, Wiratmo. 1994. Kewirausahaan: Seri diktat kuliah. Jakarta: Gunadarma Meredith, Geoffrey G. 2002. Kewirausahaan: Teori dan Praktek. Jakarta : PPM
- Moh. Nazir. 1988. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Munandar, S.C.U. (2009). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: PT Rineka Cipta dan Dep. Pendidikan dan Kebudayaan.

- Munandar, S.C.U. (1985). *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PTGamedia
- Munandar. (2002). *Anak Unggul Berotak Prima*. Jakarta: PT. Gramedia.
- M.M Sutopo, Tjetjep.2005.”Pengembangan Kreativitas Anak”.Bandung:Depdiknas
- Reni Akbar, Hawadi dkk. (2001) *Mengembangkan Kreativitas : Pengalaman Hidup 10 Tokoh Kreativitas Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empa
- Winkel, W. S. 2004. “*Psikologi Pengajaran*”. Yogyakarta: Media Abadi