

Pemberdayaan Pemuda Usia Produktif Melalui Kelembagaan Karang Taruna dalam Pelatihan dan Pendampingan KKN PPM Produksi Kerajinan Mozaik Kaca Sebagai Komoditi Ekspor Potensial dan Souvenir Kota Wisata Yogyakarta

RINGKASAN

(Al. Maryanto, Dadan Rosana, Maryati)

Pengangguran masih menjadi permasalahan pelik yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Kulonprogo. Kondisi ini diakibatkan karena terbatasnya kompetensi tenaga kerja dan tersedianya lapangan kerja. Jumlah pengangguran di Kulonprogo pada 2012 mencapai 10.267 orang dari 308.780 angkatan kerja. Sedangkan yang bekerja, hanya 299.493 orang, dan sekitar 57.241 di antaranya merupakan setengah pengangguran (Sindo News, 19 Juli 2014). Kondisi tenaga kerja di Kulonprogo, masih memiliki kompetensi kerja dan juga produktivitasnya rendah. Sementara pasar kerja banyak menginginkan sektor formal. Tenaga kerja yang ada banyak terserap pada sektor pertanian, dan kesempatan di sektor formal masih terbatas. Untuk itu diperlukan upaya pemberdayaan yang dalam wacana pembangunan masyarakat dihubungkan dengan konsep mandiri, partisipasi, jaringan kerja dan keadilan. Karena itu dalam kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) dalam bentuk pengabdian pada masyarakat (PPM) ini, akan dilakukan pemberdayaan kelompok pemuda usia produktif melalui kelembagaan karang taruna, yaitu dimulai dengan pelatihan pemuda penganggur menjadi kelompok produktif yang berguna dalam mendukung pelaksanaan pembangunan, peningkatan kecakapan hidup (*life skill*), dan memiliki kemampuan pemasaran yang bersifat kolaboratif dengan pihak pemerintah dan perguruan tinggi.

Keterampilan mozaik kaca dipilih karena memiliki potensi pasar bidang seni yang sangat potensial untuk mendukung Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai destinasi utama wisata, dan potensial sebagai produk unggulan ekspor. Mozaik kaca yang dibuat dari potongan-potongan kaca warna-warni indah ini dapat digunakan sebagai interior ruangan. Produk-produk ini antara lain berupa bingkai cermin, meja, kanvas bunga dan berbagai hiasan ruangan yang terbuat dari potongan-potongan kaca. Selain itu produk ini dipilih karena cara pembuatannya spesifik, dibuat tangan (*hand made*) dan memerlukan sentuhan desain yang dikembangkan oleh mahasiswa KKN, Proses pembuatan mozaik kaca ini sangat sederhana. Bahan bakunya adalah kaca-kaca yang dipotong-potong dengan bentuk persegi panjang atau sesuai keinginan. Setelah potongan kaca tersebut siap, maka harus menyiapkan media yang akan ditempel potongan kaca tersebut. Media ini dapat meja, gerabah dan kap lampu. Setelah bahan-bahan siap, maka potongan kaca tersebut ditempel ke media dengan menggunakan semen. Potongan-potongan kaca tersebut diberi warna sesuai dengan pesanan.

Tujuan umum dari KKN-PPM yang telah dilaksanakan adalah; (1) melaksanakan workshop untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa sebagai sasaran antara yang strategis dalam mendesain dan membuat kerajinan mozaik kaca sebagai sebuah karya seni yang berharga, (2) melibatkan mahasiswa dalam peningkatan keterampilan pemuda usia produktif sebagai sasaran utama yang strategis dalam mendesain dan kerajinan mozaik kaca melalui kegiatan penyiapan workshop dan pendampingan, dalam rangka melakukan pemberdayaan pemuda usia produktif melalui kelembagaan karang taruna dalam bentuk pelatihan dan pendampingan KKN PPM produksi kerajinan mozaik kaca sebagai komoditi ekspor potensial dan souvenir kota wisata Yogyakarta, (3) membangun jaringan kerja dalam bentuk kelompok

produksi usaha kecil dan membuka akses pemasaran melalui kemitraan dengan Kabig Koperasi dan UMKM dalam mengembangkan lembaga karang taruna sebagai rintisan Koperasi dan UMKM, yang sampai pada tahap ini telah terdaftar sebagai peserta pameran pembangunan kabupaten Kulonprogo yang akan dilaksanakan pada akhir bulan Oktober 2014 (2) telah dilaksanakan pelatihan pada karang taruna tentang kerajinan mozaik kaca sekaligus sebagai sarana promosi yang akan dilaksanakan melalui pameran pembangunan di Kulon Progo, dan (3) telah dikembangkan pola pemberdayaan kolaboratif melalui pendampingan dalam transfer keterampilan, modal dan akses pemasaran yang lebih luas. Metode yang digunakan dalam pemberdayaan didasarkan pada kelayakan usaha, ketersediaan produk untuk pemasaran, nilai ekonomi produk, ketersediaan SDM pengelola, teknologi, aspek financial dan dampak sosialnya.