



Upaya Pemberdayaan Kompetensi Anggota komunitas Green Tanjung Makassar melalui Pelatihan Pembuatan souvenir berbahan Fiberglass

Veronika Asri Tandirerung¹, Riana T.Mangesa², Irwansyah Suwahyu³

^{1,2,3}Jurusan Pendidikan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

Abstrak. Mitra Program Kemitraan Komunitas (PKM) ini adalah Anggota binaan Koperasi CU Mekar Kasih yaitu Komunitas Green Tanjung Makassar. Masalah yang dihadapi oleh komunitas ini adalah: 1) belum ada pelatihan maupun workshop yang dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan anggota, 2) belum ada pelatihan sebelumnya tentang pengembangan produk untuk pembuatan souvenir. PKM ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat agar dapat mengembangkan skill yang dimiliki demi kesejahteraan keluarga. Pengembangan komunitas ini digolongkan ke dalam pengetahuan *transcience knowledge*, yaitu mengembangkan pengetahuan dan melatih keterampilan kecakapan hidup berbasis seni dan teknologi berbasis ekonomis. PKM pembuatan souvenir berbahan fiberglass dengan model desain produk berbasis kearifan lokal dapat menjadi salah satu sarana atau model pengembangan unit usaha yang dapat membantu komunitas Green Tanjung dalam peningkatan kesejahteraan baik secara ekonomi maupun peningkatan sumber daya manusia. Metode Pelaksanaan PKM ini adalah metode model *open Design*. Model *open Design* terdiri atas tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan workshop dan evaluasi. Setelah pelaksanaan kegiatan diharapkan anggota komunitas memiliki *skill* pembuatan souvenir berbahan fiberglass.

Kata kunci: kompetensi, souvenir, fiberglass

Abstract. The partner of this Community Partnership Program (PKM) is a member of the Mekar Kasih CU Cooperative, the Tanjung Makassar Green Community. The problems faced by this community are: 1) there is no training or workshop that can improve the entrepreneurial spirit of members, 2) there has been no previous training on product development for making souvenirs. This PKM aims to empower the community so that they can develop their skills for the welfare of the family. This community development is classified into *transcience knowledge*, which is developing knowledge and training life skills based on art and economically based technology. PKM making souvenirs made of fiberglass with a product design model based on local wisdom can be one of the means or models for developing business units that can help the Green Tanjung community in improving welfare both economically and in increasing human resources. This PKM implementation method is an open design model method. The open design model consists of three stages, namely planning, conducting workshops and evaluating. After the implementation of the activity, it is hoped that community members will have the skills to make fiberglass souvenirs.

Keywords: competence, souvenir, fiberglass

I. PENDAHULUAN

Kemiskinan dalam perspektif sosial ekonomi menunjukkan ketidakmampuan masyarakat menggeser posisi kehidupannya baik secara vertikal (naiknya taraf kehidupan sosial) maupun secara horisontal (bertambahnya akses individu dalam lingkungan yang lebih luas) yang disebabkan ketidakmampuan ekonomi. Perspektif ekonomi

kontemporer, katakanlah melalui strategi pertumbuhan. ternyata masih menciptakan kesenjangan pendapatan dan kesenjangan sosial dalam masyarakat. Untuk berpikir tentang bagaimana memberdayakan rakyat dilihat secara sosial dan ekonomi, untuk memperbaiki kemiskinan yang masih terjadi perlu diidentifikasi apa penyebab kemiskinan itu. Dilihat dari dimensi sosial



kemiskinan salah satunya berakar dari cara berpikir dan lingkungan yang statis atau lingkungan ekonomi yang concentrated sehingga keinginan untuk merubah kondisi yang ada relatif tidak ada karena ketiadaan akses. Penyebabnya antara lain pendidikan yang rendah dan ketiadaan sumber-sumber daya ekonomi yang cukup (modal dan sumber daya alam).

Kemampuan berproduksi sangat terbatas dan sangat sulit melakukan program intensifikasi dan ekstensifikasi. Sedangkan pada sektor industri kecil. lemahnya teknis produksi dan sumber-sumber daya lain, menyebabkan rendahnya produk yang dapat ditawarkan. Terlalu rendahnya harga jasa yang mereka terima karena rendahnya tingkat pendidikan, maka kualitas jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar tenaga kerja sehingga harga jasa mereka rendah. Dalam kaitan ini pemberdayaan ekonomi hanya mungkin kalau berbagai sub-sistem masyarakat. seperti yang telah disinggung di muka, terbuka peluang untuk memperoleh accessibility sumber-sumber daya langka yang sama {equal opportunity}, yang selama ini dinilai hanya dinikmati oleh sekelompok kecil masyarakat. Salah satu cara yang sekarang ini digencarkan untuk mengatasi kesenjangan sosial yang disebabkan terkonsentrasinya kekuatan ekonomi pada sekelompok kecil masyarakat adalah melalui strategi kemitraan. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1997 dapat dipandang sebagai media penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional. Selain sebagai salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja baru, UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program

pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja. UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja yang masih menganggur, selain itu mereka juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial

Salah satu komunitas bernama Green Tanjung terletak di daerah Mamajang, kota Makassar merupakan salah satu komunitas binaan sebuah Koperasi di Makassar. Terbentuknya komunitas ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat agar dapat mengembangkan skill yang dimiliki demi kesejahteraan keluarga. Pengembangan komunitas ini digolongkan ke dalam pengetahuan *transcience knowledge*, yaitu mengembangkan pengetahuan dan melatih keterampilan kecakapan hidup berbasis seni dan teknologi berbasis ekonomis. Komunitas ini dibangun dengan memberikan pelatihan kemampuan kreatifitas dan inovatif untuk menuangkan ide dan gagasan agar menghasilkan produk yang dapat memberi nilai jual dan dirasionalisasikan secara teknologis sehingga keterampilan tersebut bermuara apresiasi teknologi terbaru yang ergonomis dan aplikatif dengan memanfaatkan lingkungan sekitar. Selain itu, tujuan pembentukan komunitas ini adalah menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan para anggota dengan melatih dan mengelola penciptaan karya (produksi), mengemas, dan usaha menjual berdasarkan prinsip ekonomis, ekosistemik dan ergonomis. Prinsip karya dan kewirausahaan dalam komunitas ini adalah karya yang mempunyai nilai keterjualan oleh karenanya karya tersebut harus memenuhi standar pasar, yaitu: menyenangkan

pembeli, nilai kemanfaatan, kreatif serta bertanggungjawab terhadap ciptaannya berdasarkan logika matematis maupun pengetahuan estetis (Cahyo:2014). Aspek yang bisa dipilih mencakup bidang: 1. Kerajinan, berupa kerajinan tangan di sekitar lingkungan sekitar; 2) pengolahan yaitu pengolahan makanan dan minuman; 3) budidaya, disesuaikan dengan lingkungan sekitar misalnya budidaya ikan, ternak dan bercocok tanam.

Lokasi Komunitas Green Tanjung adalah di daerah Mamajang, Kota Makassar. Anggota komunitas ini berjumlah 17 orang. Komunitas ini telah memperoleh pelatihan pembuatan tempe dan pembuatan tas dari tali kur. Hasil dari pelatihan ini mereka pameran di kantor Koperasi CU Mekar Kasih Makassar. Anggota dari komunitas ini berasal dari berbagai daerah, yakni Toraja, Flores, Mamasa, dan Makassar. Keberagaman anggota dari komunitas ini dapat menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan kerajinan agar memiliki kekhasan tersendiri, baik untuk peningkatan kreativitas anggota, maupun harapan jangka panjangnya yaitu anggota dapat menjadikannya sebagai unit usaha.

Masalah yang dihadapi mitra adalah: belum ada pelatihan maupun workshop yang dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan anggota dan belum ada pelatihan sebelumnya tentang pengembangan produk untuk pembuatan souvenir

II. METODE YANG DIGUNAKAN

- Agar mitra memiliki pengetahuan dan desain souvenir yang indah, maka metode yang digunakan adalah ceramah, video tutorial, diskusi, dan tanya jawab.
- Agar mitra terampil membuat desain souvenir sehingga memiliki ciri khas sendiri, maka

metode yang digunakan adalah demonstrasi, diskusi, dan tanya jawab.

- Agar mitra memiliki kemampuan meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi *souvenir berbahan fiberglass* sehingga memiliki kekhasan tersendiri dan menarik, maka metode yang digunakan adalah demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan pendampingan mitra.

III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

A. Memperkenalkan Desain Produk

Membuat visualisasi produk dengan gambar melalui komputer. Visualisasi produk ini didesain menggunakan aplikasi Corel Draw. Setelah melakukan desain produk melalui komputer selanjutnya dituangkan dalam gambar desain yang dicetak/diprint. Hal ini bertujuan untuk memvisualisasikan desain produk yang akan dibuat dan mempermudah dalam pencetakan serta membantu dalam pemesanan produk sehingga nanti sesuai dengan harapan *Customer*.

B. Memperkenalkan Alat dan Bahan yang digunakan

Pada tahapan ini tim pengabdian memperkenalkan desain produk dan alat dan bahan yang dapat digunakan dalam membuat souvenir berbahan fiberglass.





Gambar 1 Memperlihatkan alat dan bahan yang dapat digunakan

C. Melatih dan Mendampingi Mitra Membuat souvenir

Pada tahapan ini, tim pengabdian melatih dan mendampingi mitra membuat campuran resin dan katalis, memilih desain dan melakukan pencampuran. Setelah mitra terampil, maka dilanjutkan dengan kegiatan meningkatkan kuantitas atau jumlah *souvenir* yang dihasilkan



Gambar 2 Melakukan praktek pencampuran resin dan katalis

D. Melatih dan Mendampingi Mitra Meningkatkan Produksi Souvenir

Pada tahapan ini, tim pengabdian melatih dan mendampingi mitra untuk memperbanyak produksi *souvenir* yang menarik. Setelah mitra mengetahui dan terampil meningkatkan produksi *souvenir*, maka berikutnya dilanjutkan dengan kegiatan meningkatkan kualitas produksi *souvenir*.



Gambar 3 Meningkatkan Produksi Souvenir

E. Melatih dan Mendampingi Mitra Meningkatkan Kualitas Souvenir

Pada tahapan ini, tim pengabdian melatih dan mendampingi mitra mencampur, dan menghaluskan hasil akhir dari souvenir yang telah dibuat, yaitu pada dengan menggosok souvenir yang telah dibuat agar lebih halus dan bening sehingga lebih indah.



Gambar 4 Meningkatkan kuantitas dan kualitas souvenir

IV. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kemitraan masyarakat dapat ditarik kesimpulan:

- a. Mitra memiliki pengetahuan dan desain souvenir berbahan fiberglass
- b. Mitra memiliki keterampilan mendesain dan membuat souvenir
- c. Mitra memiliki kemampuan meningkatkan kualitas dan produksi *souvenir* sehingga lebih menarik dan indah

- d. *souvenir* berbahan fiberglass memiliki desain yang berbeda dan keahlian anggota dalam membuat souvenir semakin meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Negeri Makassar yang telah memberikan hibah PNPB tahun 2020. Selanjutnya ucapan terima kasih disampaikan pula kepada Rektor UNM atas arahan dan pembinaannya selama proses kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat UNM dan Pengurus Koperasi Credit Union Mekar Kasih yang telah memberi fasilitas, melakukan monitoring, dan meng-evaluasi kegiatan PKM hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Syafaruddin. (1997). PEMBERDAYAAN EKONOMI RAKYAT SEBAGAI STRATEGI PEMBANGUNAN EKONOMI UMAT MENGHADAPI LINGKUNGAN GLOBAL. JEPVOI.2N0.2,1997. ISSN: 1410 – 2641. (168-177)
- BPS Braja Slebah. (2017). Braja Slebah dalam Angka 2017. Percetakan Pelangi. Lampung Timur.
- Fairhurst, A., Costello, C., and Holmes, A. (2007). An examination of shopping behaviour of visitors to Tennessee according to tourist typologies. *Journal of Vacation Marketing*, 13(4), 311- 320.
- Kamisa. 2017. Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Terbaru). CV. Cahaya Agency Surabaya
- Littrell, M., Baizerman, S., Kean, R., Gahring, S., Niemeyer, S., Reilly, R., and Stout, J.A. (1994). Souvenirs and tourism styles. *Journal of Travel Research*, 30(1), 3-11.
- Swanson, K. Dallen, T. 2012. Souvenirs : Icons of Meaning, Commercialization and Commoditization, *Tourism Management*. 33(3), 489 - 499.
- Wilkins, H. 2010. Soeveniers: What and why we buy. *Journal of Travel Research*, 50(3), 239247.