PRO SEJAHTERA
(Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat) *p-ISSN 2656-5021*
Volume 4 Halaman 163-168 Maret 2022 *e-ISSN 2657-1579*

PEMBERDAYAAN UKM BAKUL PURUN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN ERA PANDEMI *COVID* -19 DI BANJARBARU

Dahniar [1, *], M Yudy Rachman[1], Ali Sadikin[1], Shilma Irvania Al Difa [1], Edi Mikrianto [2]
[1]Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis /Universitas Lambung Mangkurat Jl. Brigjend H. Hasan Basry Banjarmasin Kalimantan Selatan, Indonesia
**Penulis korespondensi: (dahniar@ulm.ac.id)*

Abstrak. Pandemi *covid*-19 menimbulkan keluhan dan kendala dari UKM di kota Banjarmasin yang langsung kena dampaknya seperti yang terjadi pada 4 UKM yang memproduksi dan memasarkan produk Bakul Purun secara tradisional. Produksi yang dihasilkan mengalami penurunan drastis akibat wabah virus corona. Hal ini apabila terus menerus dibiarkan terlalu lama banyak produk yang tidak terjual karena pembelian berkurang. Menumpuknya produk Bakul Purun akan mengubah bentuk seperti munculnya jamur, menimbulkan bau yang tidak nyaman, warna yang tidak menarik serta merusak bahan dasarnya dari daun nipah. Menurunnya penjualan akan menurunkan pendapatan serta tingkat kesejahteraan masyarakat. UKM Bakul Purun Kelurahan Palm, tepatnya Jalan Purnawirawan RT.05 RW 02 Desa Tanggul Palam, Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan 70732. Untuk mengatasi permasalahan perlu suatu langkah strategis dan komprehensif melalui pemberdayaan strategi pemasaran Bakul Purun *digital marketing* Adanya pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), *Social Distancing*, dan *Physical Distancing.* Usaha pemasaran secara modern dengan *e-commerce* seperti media I*nstagram Business*, *Face Book Business*, *WhatsApp Business* membuat orang mudah melakukan transaksi secara online, supaya UKM Bakul Purun bisa bertahan ditengah krisis. Melalui upaya penyuluhan, pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara berkesinambungan kepada para UKM Bakul Purun diharapkan dapat menumbuhkan jiwa dan sikap *enterpreneurship* yang sukses.

Kata kunci: pemberdayaan, bakul purun, ukm bakul purun, *e commerce*, pendapatan.

1. PENDAHULUAN

Kebijakan dari Pemerintah untuk pemberdayaan UKM baik secara umum secara khusus seperti UKM Bakul Purun sangat diarahkan untuk mendukung program penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan yang ada di masyarakat. Penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan perdesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional dalam tahun 2006. Dalam kerangka itu, pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat yakni masyarakat yang berpendapatan rendah, khususnya UKM di sektor pertanian dan perdesaan.

Pelaku usaha atau UKM pembuat Bakul Purun di RT 05 RW 02 Tanggul Cempaka Kota Banjarbaru ada sekitar 4 (empat) UKM yang masih menjalankan usaha pembuatan Bakul Purun dengan anggotanya sebanyak 25 0rang. UKM Bakul Purun mengalami kendala dalam menjalankan usahanya seperti modal yang terbatas, metode pembuatan yang masih sederhana dan SDM yang keahliannya sangat terbatas. Keahlian yang mereka miliki hanyalah warisan dari orang tua secara turun temurun, karenanya metode, model, corak serta kemasan kurang menarik untuk daya jual. Melalui Penyuluhan dan pelatihan serta pendampingan perlu di lakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang, terutama dari segi penguasaan teknologi, terutama dalam melakukan pemasaran dan penjualan produk Bakul Purun secara *e commerce* yang berbasis digital, di samping menambah pengetahuan berwirausaha yang mempunyai etika bisnis dan tanggungjawab sosial, menangani keluhan pelanggan dan cara

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

memperoleh bantuan modal atau pinjaman serta bagaimana mengelola keuangan yang baik.

1.2 Permasalahan Mitra

Pengrajin Bakul Purun yang biasa produknya hanya dipakai oleh para petani, dapat bertahan demi melestarikan warisan budaya leluhur. Para pengrajin Bakul Purun Jalan Purnawirawan RT.05 RW 02 Desa Tanggul Palam, Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan 70732 kini hanya bisa dihitung dengan jari atau semakin menurun jumlahnya. Usia para pengrajin UKM Bakul Purun rata-rata udah sepuh sedangkan yang usia muda atau anaknya banyak tidak tertarik membuat tanggui, pada hal produk ini bernah berjaya di era kolonial Belanda sampai tahun 1990-an, kini hanya tersisa di beberapa kampung. Pada dasarnya kelompok UKM pembuat Bakul Purun sudah mampu memproduksi dan sudah berjalan dengan baik namun dalam hal tingkat pengembangan produk bakul purun dan penjualan yang belum optimal yang disebabkan oleh menumpuknya bakul purun yang tidak bisa terjual dimasa pendemi *covid*-19.

Oleh karena itu perlu memperhatikan kendala dan hambatan yang dihadapi oleh kelompok usaha bakul purun tersebut dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan kendala dan hambatan ke dalam beberapa aspek permasalahan. Permasalahan yang mendasar yang dialami oleh kelompok UKM bakul purun teridentifikasi menjadi 2 (dua) aspek permasalahan yaitu aspek teknis dan aspek non teknis.

1.2.1 Aspek teknis

Produksi Bakul Purun khususnya pada UKM Bakul Purun yang beralamat di Jalan Purnawirawan RT.05 RW 02 Desa Tanggul Palam, Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan 70732adalah rata-rata perhari dapat menghasilkan 4 - 8 buah bakul purun perhari. Beberapa aspek teknis produksi Bakul Purun yang menyebabkan belum optimalnya produksi Bakul Purun diantaranya adalah :

1. Perencanaaan dan teknis pengolahan produk bakul purun melalui metode tradisional, kelompok UKM Bakul Purun masih terkendala dalam membuat Bakul Purun hanya dari turun temurun warisan keluarga yangmana metode pembuatan hanya mengandalkan ilmu dari pengalaman keluarga sebelumnya atau tradisional. Bentuk atau model yang dihasilkan juga tidak banyak, kurang bervariasi, tampilan kurang menarik dan belum ada kreativitas untuk membuat diversifikasi dari bahan dasar daun nipah. Pentingnya penyuluhan pelatihan dan pendampingan untuk menciptakan kreativitas dan inovasi baru sehingga bisa meningkatkan volume penjualan dan pendapatan bagi UKM Bakul Purun.
2. Teknis pembuatan dan variasi produk olahan beberapa kelompok UKM Bakal masih membuat secara sederhana, manual hanya menggunakan ketrampilan tangan belum secara modern, sehingga hasil monoton. Variasi produk olahan Bakul Purun tidak kreatif bagi konsumen dan kurang menarik sehingga tidak mampu diterima di pasaran. Produk yang dihasil hanya untuk para petani saja, belum dimanfaatkan antara lain seperti untuk acara seminar, workshop, souvenir maupun cinderamata untuk para wisatawan baik yang domistik maupun luar negeri.

1.2.2 Aspek non-teknis

UKM Bakul Purun di Jalan Purnawirawan RT.05 RW 02 Desa Tanggul Palam, Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan 70732 banyak merasakan keluhan secara non-teknis. Kendala masalah pemasaran Bakul Purun, minimnya jiwa berwirausaha, pemodalan serta wawasan ilmu dan pengetahuan (IPTEK) tentang tanggui. Permasalahan yang dihadapi :

1. Pemasaran yang masih jauh dari prinsip-prinsip ekonomi. Sebagian UKM Bakul Purun memasarkan produknya dari mulut ke mulut (*person to person*) hanya menunggu konsumen datang ke tempat produksi sehingga kurang dapat diketahui oleh masyarakat luas keberadaanya. Hal ini akan merugikan kelompok UKM itu sendiri apabila sebagian produknya tidak terjual, karena Bakul Purun akan tersimpan dan tertimbun di dalam gudang penyimpanan yang dapat mengakibatkan kerusakan pada produk olahan itu. Dampak kerugian yang

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

akan muncul antara lain : warna yang akan berubah, muncul Bakul Purun, bentuknya bisa rusak serta produk tampilan tanggui yang terlihat tidak menarik. Tingkat pendidikan yang rendah serta pengetahuan yang minim akan teknik pemasaran yang benar dan strategis belum dimiliki oleh para kelompok UKM Bakul Purun ini. Hal yang terbaik untuk dilakukan adalah diperlukannya pendampingan yang baik dalam memilih dan menetukan strategi pemasaran yang menguntungkan yaitu dengan menentukan kapan dan seberapa besar sebaiknya dijual, kapan harus mengurangi produksinya, kapan dan kepada siapa harus menjual agar harga tetap tinggi, berapa harga yang pantas untuk menjual produk Bakul Purun Sulam Pita dan teknik pemasaran apa yang sebaiknya digunakan.

2. Permasalahan utama permodalan dari UKM Bakul Purun adalah Permodalan yang Terbatas. Permodalan yang dimiliki UKM ini masih terbatas sehingga skala usaha mereka kurang bisa berkembang menjadi besar. Rata-rata permodalan usaha antara 1 - 5 juta rupiah, dan modal terbesar biasanya hanya digunakan untuk pembelian bahan baku, ongkos transportasi serta upah karyawan yang dikalkulasikan akan mendapat keuntungan sangat kecil. Merupakan hal yang sangat disayangkan mengingat potensi untuk memperoleh keuntungan dari hasil produk olahan Bakul Purun ini bisa mendapatkan keuntungan yang bisa lebih besar. Untuk mengatasi hal ini umumnya sebagian kelompok UKM melibatkan keluarga dalam usaha pembuatan bakal tanggui sebagai tenaga kerja. Modal yang cukup akan membantu kelompok UKM bakal tanggui mengelola usaha keluarga yang dijalankan dengan baik dan dengan peningkatan jumlah bakul purun sulam pita yang dihasilkan serta marjin usaha yang meningkat, maka mereka akan mampu memberi upah tenaga kerja lepas untuk bekerja di UKM Bakul Purun dan membuat banyak kesempatan lapangan kerja serta perubahan yang positif bagi usaha kecil menengah dalam meningkatkan keuntungan, meningkatkan tarap hidup dan meningkatkan kesejahteraan.

2. METODE

Metode pendekatan yang ditawarkan dalam permasalahan kelompok UKM bakul purun untuk mendukung realisasi pengabdian masyarakat ini adalah dapat dirinci sebagai berikut :

a. Survei Lokasi.

Survei-survei kelompok UKM Bakul Purun di Palam Desa Tanggul Palam, Cempaka Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan 70732 dengan melakukan identifikasi potensi dan permaslahan lebih mendalam melalui pengamatan langsung, tanyajawab dan diskusi bersama kelompok UKM Bakul Purun serta para tenaga kerja yang terlibat dalam produksi Bakul Purun

b. Sosialisasi Program Kegiatan

Sosialisasi program Kegiatan, menggunakan metode FDK (*Focus Group of Discussion*) untuk menjaring aspirasi, keluhan masalah lebih detail dan mendalam, serta sosialisasi program yang akan ditawarkan pada kelompok UKM dalam mengatasi permasalahan dan kajian pelaksanaan.

c. Penyuluhan dan Pelatihan Keterampilan.

Penyuluhan dan pelatihan ketrampilan dilakukan dan diberikan sebagai *akselarasi tranfer knowledge* pada setiap program yang dilaksanakan dalam program PKM agar khalayak sasaran atau kelompok UKM Bakul Purun dapat menguasai secara teori maupun pendalaman adopsi teknologi Bakul Purun yang diberikan, yaitu penyuluhan dan pelatihan serta pendampingan pada kegiatan :

1. Teknik pembuatan Bakul Purun yang baik dan benar.
2. Bagaimana menerapkan strategi manajemen pemasaran yang baik
3. Cara menggunakan aplikasi *e-commerce* (*whatsapp business*)
4. Bagaimana memotivasi jiwa dan sikap *enterprenuership* kepada UKM Bakul Purun
5. Teknik pengemasan, penyimpanan dan perawatan meliputi kondisi gudang penyimpanan.

2.1 Pendampingan kelompok UKM Bakul Purun

Pendampingan kelompok UKM jamur dilakukan secara berkala dalam rangka pembinaan pengembangan teknis bakul purun melalui usaha produk olahan berbahan dasar daun nipah adopsi teknologi dalam tentang teknik pembuatan bakul purun sehingga akan dapat memberikan teknik yang efektif dan efisien dengan hasil produk yang jauh lebih banyak dan pada akhirnya akan memberikan keuntungan lebih besar.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

Pendampingan ini bertujuan untuk membantu kelompok UKM bakul purun mengelola keuangan dan mengatasi permasalahan modal dan strategi pemasaran yang diberikan secara kontinu sesuai permintaan kelompok UKM Bakul Purun yang sangat membutuhkan.

2.2 Menganalisis Manajemen *Marketing* UKM Bakul Purun

Peningkatan kemampuan masyarakat bertambah, maka akan berimplikasi pada peningkatan jaringan/kerjasama, pemasaran secara online melalui *Whats App business*, pengembangan bisnis, dan kerjasama dengan daerah lain dapat ditingkatkan sehingga ada pertumbuhan pendapatan bagi para UKM Bakul Purun yang besarnya berkisar antara 3% - 5% per tahun.
Disisi lain dengan bertambahnya fasilitas produksi dapat meningkatkan jumlah produksi, yang berdampak pada peningkatan pendapatan dari hasil penjualan Bakul Purun, sehingga diperkirakan akan terjadi peningkatan pendapatan sekitar 2% hingga 4%.
Kesempatan potensial penjualan adalah kerugian yang terakumulasi jika usaha ini tidak berjalan secara efektif, yang pada akhirnya akan mengakibatkan kualitas kesejahteraan sumber daya manusia khususnya UKM Bakul Purun menjadi terbatas. Sebagai contoh :
1. Menurunnya penjualan produk bakul purun di masa pandemi *covid*-19 masa sekarang, akibatnya banyak hasil produksi tidak dapat di distribusikan kepada pembeli, harga Bakul Purun jadi turun karena supply produk melimpah, sehingga akhirnya menurunkan pendapatan para UKM.
2. Dalam program pemberdayaan masyarakat yang tidak sesuai dengan skill penduduk setempat akan menimbulkan kurangnya partisipasi aktif sehingga sasaran tidak tercapai, yang selanjutnya dapat menyebabkan tidak ada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.
3. Pengembangan teknik-teknik produksi dan hasil-hasil produksi Bakal Tanggui akan merangsang untuk mendukung kemandirian masyarakat yang bersangkuatan, sehingga akan memiliki kemampuan untuk menghasilkan pendapatan sendiri tanpa mendapatkan subsidi dari Pemerintah. Karena itu, jika investasi tidak diterima, maka akan bergantung pada subsidi Pemerintah dalam melakukan kegiatan-kegiatan pendidikan dan pelatihan. Subsidi ini akan menjadi beban bagi Pemerintah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi pada aspek teknis maupun aspek non teknis, terdapat beberapa permasalahan para UKM Bakul Purun di Desa Tanggul Kecamatan Palam Cempaka Banjarbaru, yang harus segera diperbaiki misalnya saja pada aspek teknis bahwa banyaknya produk Bakul Purun pada UKM Galuh yang belum terjual, belum lagi harganya turun karena produk menumpuk banyak banyaknya bakul purun yang belum terjual mengakibatkan menurunnya omzet pendapatan. UKM Galuh Bakul Purun menjual secara tradisional saja atau menunggu konsumen datang. Pada masa pandemi Covid 19 sekarang pembeli yang datang untuk membeli sangat kurang sekali, akhirnya mempengaruhi pendapatan para UKM disana.

Tim mengadakan kegiatan dengan bentuk penyuluhan dan pelatihan pelatihan pemasaran secara modern atau digital marketing khususnya penggunaan *media sosial* untuk menjual dan memasarkan aneka olahan produk yang berbahan dasar daun nipah seperti bakul purun yang tadinya hanya digunakan untuk tempat belanja ke pasar, sekarang multi fungsi seperti tempat *gody bag* untuk *seminar kit*, dan *workshop*. Pelanggan tetap dari hasil olahan ini adalah SKPD yang ada di Banjarmasin umumnya dan SKPD di Banjarbaru khususnya.

3.1 Solusi Pemecahan Masalah pada Aspek Non-Teknis

3.1.1 Solusi pemecahan aspek pemasaran

Sebagian UKM Bakul Purun hanya memasarkan produk bakul purunnya dari mulut ke mulut dan menunggu konsumen datang ke tempat produksi. Untuk mengatasi permasalahan lemahnya strategi pemasaran ini, akan dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan tentang strategi pemasaran yang jitu melalui *e-commerce*, karena lebih luas jangkauannya dan lebih menguntungkan bagi para UKM dalam penjualan Bakul Purun.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

3.1.2 *Strategy management of marketing*

Selama ini beberapa UKM Bakul Purun dalam memasarkan produknya hanya secara tradisional (*person to person*) dan menunggu konsumen datang ke tempat produksi. ada beberapa aspek yang harus di perhatikan manajemen pemasaran yaitu aspek produk bahwa para UKM disana harus bisa membuat produk yang lebih variatif dan inovatif dari bakul purun biasa. Sebaiknya pengguna bakul purun tidak hanya digunakan (*user*) untuk ke pasar sebagai tempat belanjaan saja tetapi bisa naik kelas dibawa ke berbagai acara serta untuk *souvenir* bagi wisatawan lokal dan luar negeri. Aspek *price* (harga) bahwa supaya meningkatkan pangsa pasar (*market share*) produk tanggui adalah membuat beberapa atau *line of product* bakul purun yang dapat di pakai berbagai user. Aspek tempat (*Place*) bahwa aspek tempat juga sangat penting, kemudahan akses atau jalan ke produsen bakal tanggui disana dan kemudahan menjual ke market (berbagai pasar). Aspek promosi (*promotion*), aspek ini sangat penting, karena promosi yang dilakukan biasanya akan meningkatkan volume penjualan produk. Oleh karena itu perlu usaha lebih lagi untuk meningkatkan promosi baik dari internal UKM Bakul Purun maupun dari Dinas terkait, baik melalui media elektronik maupun meningkat kunjungan sebagai tempat wisata.

Pemerintah akhirnya memberlakukan kebijakan *new normal* atau tatanan baru yang memungkinkan berbagai bidang usaha dapat beroperasi secara bertahap di masa pandemi *Covid*-19, sehingga para pelaku UMKM ini dapat kembali aktif. Sebagai dampak pandemi, mereka tidak saja membutuhkan stimulus dan relaksasi dari pemerintah untuk meringankan beban. Kontribusi lainnya adalah menggairahkan ekonomi akar rumput serta mendongkrak daya beli masyarakat atau konsumsi rumah tangga sebagai penopang 60% pertumbuhan ekonomi domestik. Jika pemerintah mampu menjamin dan mengucurkan modal kerja bagi UMKM, berbagai sektor usahanya akan bergerak secara cepat seperti perdagangan dan jasa seperti (ojek aplikasi, aneka bengkel, salon, aneka industri rumahan dan lainnya). Di sisi lain, pemerintah telah mengeluarkan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2020 dengan dukungan fiskal Rp686,20 triliun. Anggaran untuk UMKM sebesar Rp123,46 triliun yang antara lain diperuntukkan bagi subsidi bunga sebesar Rp35,28 triliun, penempatan dana untuk restrukturisasi Rp78,78 triliun, belanja Rp 5 triliun, penjamin untuk modal kerja sebesar Rp1 triliun.

Teknologi yang semakin canggih juga memberi dampak yang lumayan pesat terhadap perkembangan bisnis. Saat ini para pelaku UKM tidak hanya menggunakan sistem berjualan dengan cara *door to door* atau telepon tetapi sudah menggunakan internet (*Internet Marketing*). Dengan memanfaatkan fasilitas internet, para pebisnis bisa membuat *website profile* perusahaan serta menawarkan produk-produk diwebsite. Di Indonesia sendiri saat ini sudah ada transaksi jual beli secara *online* melalui *website*. Hal ini pula yang menjadi pemicu utama suksesnya *e-marketing*. Sebagian konsumen lebih suka berbelanja online melalui website dikarenakan mereka bisa melihat gambar barang serta harganya tanpa harus datang ke toko terdekat yang mungkin jaraknya lumayan jauh. Dengan membeli secara online melalui website juga lebih efisien karena tidak banyak memakan waktu lama, cukup sekali klik maka barang akan langsung diantar ke tempat konsumen. Untuk menarik perhatian calon konsumen, para pebisnis harus mengelola websitenya dengan memberikan design yang menarik dan bagus yang membuat konsumen bisa nyaman berbelanja melalui *website*, menjelaskan secara detail mengenai informasi akan produk yang dijual, stock barang dan harga juga harus selalu diupdate dan untuk lebih meningkatkan pengunjung di*website* harus menggunakan trik-trik *marketing* dengan cara memberi diskon kepada calon konsumen dan sering membagi voucher belanja gratis melalui jejaring sosial agar website kita lebih banyak dikunjungi dan dikenal oleh banyak orang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Melalui program kegiatan Pengabdian pada mansyarakat 2021 bersama kelompok UKM Bakul Purun diawali dengan kegiatan penyuluhan dan pelatihan dengan tujuan untuk meningkat produktivitas dan kualitas Bakul Purun yang lebih baik serta meningkatkan pendapatan masyarakat UKM Bakul Purun. Dari hasil kegiatan penyuluhan dan pelatihan yang diikuti kurang lebih 40 orang peserta dari desa Tanggul masyarakat mendapatkan ilmu dan praktek langsung bagaimana tehnik pembuatan Bakul Purun yang baik dan benar sehingga mendapatkan hasil penjualan yang optimal.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

2. Telah dilakukan pelatihan *Digital Marketing* khususnya penggunaan *Media Sosial* dalam memasarkan aneka olahan Purun berbahan dasar Daun Nipah, yaitu membuat Bakul Purun, dompet, tas purun , botok jamtempat tisue dan tempat kue oleh UKM Galuh dengan didampingi tim pelaksana Pengabdian masyarakat FEB ULM Banjarmasin.
3. Pembuatan contoh proposal untuk mendapatkan tambahan permodalan telah dilaksanakan bersama kelompok UKM Bakul Purun. Pelatihan cara membuat proposal pengajuan pinjaman modal yang lunak ke lembaga keuangan baik ke perbankan maupun non perbankan maupun Instansi Pemerintah mendapatkan pinjaman lunak. Diharapkan pihak terkait bersedia dan memberikan pinjaman dengan mudah.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada :
1. FEB ULM Banjarmasin yang mendanai pengabdian ini melalui dana hibah PNBP
2. Camat Mandastana Kabupaten Barito Kuala yang telah memberikan ijin kegiatan pengabdian.
3. UKM Jamur Tiram di desa Karang Indah Kabupaten Batola

6. DAFTAR PUSTAKA

Dahniar, *et al.* (2011). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program IbW Pada Petani Jamur di Kecamatan Marabahan (Desa Baliuk dan Penghulu) Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan.* Laporan IbW, Banjarmasin Kalimantan Selatan.

Dahniar, *et al. (2012). Ipteks Bagi Masyarakat (I_bM) Kelompok UKM Jamur Merang dan Jamur Tiram Di Mandastana Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan.* Laporan IbM, Banjarmasin Kalimantan Selatan.

Edi, S. (2010). *Bertanam Jamur Tiram di Lahan Sempit*. PT. Agro Media Pustaka.

Meity, S. (2011). *Budidaya Jamur Merang*. Cimanggis Depok Jawa Barat. Penebar Swadaya.

Muad, A. (2011). *Bisnis Pembibitan, Jamur Tiram, Jamur Merang dan Jamur Kuping*. PT. Agro Media Pustaka.

.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat