

Pengembangan Desa Binaan Melalui Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Pasar Terapung “Lok Baintan” di Desa Paku Alam Kabupaten Banjar -Kalimantan Selatan

Mochamad Priono¹

Universitas Terbuka Banjarmasin

priono@uho.ac.id¹

Abstrak

Kata Kunci:
*Warga
Masyarakat,
Pemberdayaan
, Ikan Saluang
Krispi*

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Paku Alam Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar dilatar belakangi pemikiran perlunya pengembangan warga masyarakat sesuai dengan potensi sumber daya manusia dan lingkungan pendukungnya. Wilayah Desa Paku Alam merupakan Desa yang berada di pinggiran sungai Martapura. Akses jalan cukup sulit melalui sungai maupun daratan yang harus melewati jembatan gantung. Kendaraan roda empat dapat digunakan tetapi memutar sangat jauh. Warga Desa Paku Alam *notabene* adalah para pedagang yang berjualan di pasar terapung Lok Baintan. Adapun barang dagangan yang dijual oleh warga Desa Paku Alam adalah dari hasil kebun, ikan kering, ikan asin, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil survei Desa Paku Alam memiliki hasil ikan saluang dan sepat yang cukup melimpah namun belum diolah dengan baik, padahal Lok Baintan adalah daerah pariwisata yang sangat terkenal. Untuk itu sangat penting untuk membina warga Desa Paku Alam untuk membuat produk ikan saluang dan sepat krispi sesuai standar regulasi pemerintah, sehingga percaya atas kualitas produk dan masyarakat dapat memperoleh pendapatan yang lebih baik lagi.

A. Latar Belakang Analisis Situasi

Banjarmasin sebagai ibu kota Kalimantan Selatan terkenal dengan sebutan “seribu sungai”. Sungai di Kalimantan Selatan bagi masyarakat Banjar memiliki potensi yang sangat besar, terutama untuk kehidupan sehari-hari mereka yang di mana masyarakat tidak pernah lepas dari memanfaatkan sungai, terutama karena wilayahnya dikelilingi oleh banyak cabang sungai besar. Sungai merupakan pusat pertumbuhan, jalur pergerakan dan transportasi utama, sehingga sungai mempunyai peranan dan arti yang sangat penting bagi masyarakat Banjar. Tidak mengherankan jika sampai saat ini kegiatan dan kehidupan masyarakat berorientasi ke sungai. Sejarah Pasar Terapung yang berada di Kalimantan Selatan sebagai sarana masyarakat dalam menumbuhkan perekonomian sehari-hari tidak terlepas sungai sebagai sarana utama masyarakat Banjarmasin dalam beraktivitas.

Salah satu contoh aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Banjar melalui sungai adalah Pasar Terapung “Lok Baintan” atau Pasar Terapung Sungai Martapura. Pasar terapung adalah pasar tradisional dengan konsep terapung yang berlokasi di Desa Sungai Pinang, Kecamatan Sungai Tabuk,

Kabupaten Banjar. Pasar terapung yang unik dengan menjajakan atau menjual beragam dagangan dengan menggunakan jukung. Jukung adalah perahu kecil tanpa mesin yang digunakan untuk menjajakan dagangan baik berupa hasil bumi lokal tetapi juga produk olahan dan barang kerajinan.

Para pedagang tersebut menjual berbagai macam dagangan hasil bumi berupa hasil pertanian atau perkebunan, hasil perikanan dari pancingan dan tangkapan serta hasil olahan dari pertanian, perkebunan, dan perikanan tersebut seperti kue (wadai) tradisional Banjar dan berbagai jenis makanan sarapan pagi. Hasil pertanian seperti buah pisang, sirsak, jeruk, mangga, rambutan, kasturi, dan lainnya, tergantung musim. Sementara hasil perikanan meliputi berbagai macam ikan segar, ikan asin, dan olahan hasil ikan. Sementara hasil perkebunan meliputi kelapa sawit, kayu manis, karet, kakao, kopi dan lainnya. Hasil olahan berupa makanan tradisional juga tersedia dengan berbagai rasa, selain itu juga makanan yang siap saji juga dijajakan. Sementara itu produk kerajinan berupa tas dari enceng gondok, peci, topi/tudung, dompet, dan lain sebagainya.

Pasar Lok Baintan adalah satu satunya pasar terapung tradisional yang mulai berkembang sejak abad 18 hingga sekarang dengan kearifan lokal yang menjadi daya tarik tersendiri. Para pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan berasal dari berbagai daerah sekitaran Kota Banjarmasin dan Kabupaten Banjar yang didominasi oleh kaum perempuan yang disebut acil. Proses jual beli berlangsung di atas perahu atau jukung baik berbentuk barter atau dengan mata uang. Transaksi dilakukan dengan berkomunikasi langsung tidak saja dengan para penjual tetapi dengan pembeli dan wisatawan. Proses jual beli yang unik di atas jukung ini menambah kesan salah satu warisan budaya turun temurun dari budaya masyarakat Banjar dan telah menjadi salah satu tujuan wisata yang dikenal hingga mancanegara.

Pasar terapung beroperasi mulai jam 06.00 WITA dan akan berakhir pukul 09.30 WITA. Waktu tempuh dari Kota Banjarmasin adalah sekitar 1 jam menggunakan kapal kelotok atau perahu bermotor menyusuri sungai Martapura. Kesan menarik dalam perjalanan menuju pasar terapung adalah kita dapat menikmati *sunrise* yang sangat indah.

Melihat potensi ekonomi yang cukup besar pemerintah daerah Kabupaten Banjar (dimana lokasi pasar terapung Lok Baintan berada) mendapat perhatian yang besar. Pemda melalui Dinas Pariwisata dan Perindustrian telah melakukan penataan dan peningkatan kualitas ekonomi, khususnya ekonomi kreatif dan produk-produknya. Berdasarkan hasil kunjungan di lokasi dan diskusi ternyata masih ada beberapa hal yang belum ditangani, salah satunya yaitu penanganan produk olahan ikan lokal dan keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan/wisatawan. Terkait produk olahan ikan yang masih dapat ditingkatkan adalah kualitas olahan ikan, kemasan yang lebih higienis dan

menarik, serta perluasan segmen pasar (sebagai buah tangan wisatawan dan perluasan pemasaran melalui *online market*) untuk meningkatkan pendapatan. Pengembangan potensi suatu daerah dapat disesuaikan dengan pemerintah daerah dengan memperhatikan potensi dan kekhasan masing-masing daerah. Ini menjadi suatu kesempatan bagi setiap daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan hak dan wewenang daerah.

Relevansi Permasalahan

Jika diamati dengan baik, permasalahan Pasar Terapung sangat banyak jika ingin dikembangkan ke arah yang lebih baik. Beberapa masalah yang dapat dirumuskan dan memungkinkan untuk dibantu pengembangannya secara bertahap adalah sebagai berikut:

Itulah tadi hal-hal prinsip/utama yang perlu dibenahi, yang menurut sumber yang dapat dipercaya hal itu belum ditangani secara serius.

Tujuan Kegiatan

Tujuan dilaksanakan kegiatan PkM adalah :

1. Memberikan solusi mengatasi kualitas produk olahan ikan agar lebih higienis dan meningkatkan citarasa yang lebih baik dan beragam;
2. Merancang kualitas kemasan agar lebih memiliki daya saing dan mencerminkan ciri khas budaya lokal;
3. Memperluas segmen pasar untuk meningkatkan perekonomian komunitas masyarakat yang terlibat di pasar terapung;
4. Meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam memasarkan produk-produk yang dijual di pasar terapung kepada wisatawan.

Sasaran Kegiatan

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah:

1. Kegiatan peningkatan kualitas produk, kemasan, dan pemasaran adalah komunitas masyarakat pasar terapung yang memproduksi produk olahan ikan;
2. Kegiatan pelatihan peningkatan kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan adalah komunitas masyarakat yang terlibat langsung (berjualan) di pasar terapung.

Manfaat Kegiatan

Manfaat dilaksanakan kegiatan PkM adalah komunitas pasar terapung memiliki kemampuan:

1. Meningkatkan kualitas produk olahan ikan lebih higienis dan memiliki citarasa yang lebih baik dan beragam;

2. Meningkatkan kualitas kemasan memiliki daya saing dan mencerminkan ciri khas budaya lokal;
3. Memperluas segmen pasar dan meningkatkan perekonomian komunitas masyarakat yang terlibat pasar terapung;
Berkomunikasi yang baik dalam memasarkan produk-produk yang dijual di pasar terapung kepada wisatawan.

B. Solusi, Target dan Luaran Kegiatan

Solusi Permasalahan

Untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, beberapa solusi yang ditawarkan adalah membantu dalam memberikan pelatihan, konsultasi dan pendampingan yang dilakukan secara bertahap dalam 2 tahun:

1. Memberikan pelatihan dan bimbingan dalam meningkatkan kualitas produk olahan ikan

Produk olahan ikan yang sederhana hanya dikeringkan tanpa bumbu atau diasinkan adalah produk olahan yang banyak dijumpai di pasar terapung. Ada juga produk olahan yang sudah digoreng kriuk namun masih dengan rasa original tanpa ada cita rasa tambahan yang membuat banyak pilihan pengunjung atau wisatawan untuk dijadikan buah tangan pasar tradisional ini.

Dalam pelatihan ini, peserta dibekali dan diberikan pengetahuan teknik pengolahan yang baik yang terjaga kandungan gizinya, higienis dan beragam citarasa untuk dapat lebih banyak pilihan karena beragam selera dari masyarakat pengunjung/wisatawan.

2. Memberikan pelatihan desain grafis, pengetahuan keamanan pangan, teknologi tepat guna dalam menciptakan kemasan produk makanan yang sehat dan menarik

Pada dasarnya pengguna usaha memakai kemasan bungkus plastik yang sederhana dan murah tetapi kurang menarik calon konsumen. Padahal fungsi sebuah kemasan untuk produk konsumsi sangat penting dan sekaligus dapat menggambarkan kualitas produknya. Produk berkualitas sewajarnya dikemas dengan kemasan yang berkualitas juga. Kualitas sebuah produk tercermin pula dari kualitas kemasannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan berbagai upaya memperbaiki bentuk kemasan yang sudah ada (*innovation packaging*). Sebagai upaya untuk mengupayakan *innovation packaging*, maka perlu dilakukan beberapa upaya sehingga produk yang dijual lebih rapi, higienis, dan lebih tahan lama di tangan konsumen.

Kemasan sangat penting untuk sebuah produk karena memiliki berbagai fungsi. Bukan sekedar untuk membungkus produknya saja, namun juga menghasilkan produk yang lebih baik dan menarik. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai pentingnya

kemasan, baik untuk membungkus, menambah daya tahan produk, atau lebih meningkatkan daya tarik produk yang dijual.

Pada kegiatan Abdimas kali ini, dosen UT Banjarmasin bekerjasama Disperindag Kab. Banjar “Rumah Kemasan Banjar” ingin membantu untuk membuat kemasan yang menarik.

3. Memberikan pelatihan dan memanfaatkan aplikasi pemasaran milik Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan aplikasi lain yang ada dipasaran;

Pelatihan ini diberikan mengingat produk olahan ikan hanya dipasarkan di lingkungan Pasar Terapung dan sekitarnya. Apabila mereka mampu memanfaatkan aplikasi pemasaran secara online maka akan memperluas pangsa pasar. Pasar terapung hanya beroperasi pada pagi hari, sehingga para pedagang bisa melanjutkan aktivitas dagangnya di *online market*.

4. Memberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dengan wisatawan.

Kondisi pasar terapung yang kita jumpai terlihat pedagang yang menghampiri pengunjung/wisatawan saling berebutan menawarkan dagangannya. Hal ini kadang membuat pengunjung kebingungan, sehingga dalam hal ini tim abdimas akan memberikan pelatihan bagaimana cara masyarakat pedagang dapat berkomunikasi, berinteraksi dan dapat menawarkan barang dagangan dengan baik.

Solusi yang diberikan kepada kelompok masyarakat Pasar Terapung akan dilakukan secara bertahap selama 2 tahun. Pada tahun pertama (2023) yaitu dengan memberikan pelatihan dan bimbingan dalam meningkatkan kualitas produk olahan ikan dan memberikan pelatihan desain grafis, pengetahuan keamanan pangan, teknologi tepat guna dalam menciptakan kemasan produk makanan yang sehat dan menarik. Kemudian solusi pada tahun kedua (2024) adalah memberikan pelatihan dan memanfaatkan aplikasi pemasaran milik Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan aplikasi lain yang ada dipasaran dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dengan wisatawan.

Target

Sesuai dengan solusi yang diberikan, maka target luaran yang utama dalam abdimas ini merupakan target keluaran nontangible, seperti yang terlihat pada Tabel berikut:

Tabel 1.

Target Luaran Kegiatan Abdimas

Kegiatan	Target	Luaran
Peningkatan Kualitas Produk Ikan Olahan	Peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam mengolah ikan yang higienis dan berkreasi dalam berbagai macam rasa (pedas, asam manis, asin, kremes dan bawang).	Kelompok pedagang olahan ikan memiliki produk olahan dengan berbagai macam rasa yang enak dan higienis.
Meningkatkan kualitas kemasan	Anggota komunitas memiliki keterampilan membuat kemasan yang menarik dengan ciri budaya setempat	Kemasan produk olahan yang higienis dan menarik
Membuat akses pemasaran online	<ol style="list-style-type: none">1. Menambah pengetahuan komunitas Pasar Terapung cara modern dalam pemasaran Produk yang dijual2. Komunitas Pasar Terapung menguasai penggunaan aplikasi, baik itu upload produk sampai respon terhadap pesanan Pelanggan;3. 30 % dari peserta pelatihan mampu menguasai dan memahami cara menggunakan Aplikasi on Line dalam pemasaran	<ol style="list-style-type: none">1. Komunitas Pasar Terapung memiliki kemampuan untuk mengambil <i>angle</i> foto produk yang mempunyai nilai jual tinggi;2. Komunitas Pasar Terapung mampu mendesain secara visual sehingga produk lebih menarik;3. Komunitas Pasar Terapung memiliki akun di beberapa <i>market place</i> secara <i>online</i>.
Meningkatkan kualitas kemampuan komunikasi dengan pelanggan	Anggota komunitas pasar terapung (penjaja) 60% memiliki keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan/ wisatawan dengan baik	Komunitas Pasar Terapung dapat berkomunikasi dengan baik dalam memasarkan produknya sehingga mendapat <i>feedback</i> yang baik dari pelanggan

Selain itu, kegiatan abdimas ini juga menghasilkan keluaran yang bersifat *tangible*, berupa artikel abdimas, bahan pameran hasil abdimas, bahan pelatihan atau buku panduan, foto dokumentasi kegiatan abdimas, laporan abdimas, dan laporan keuangan.

C. Metode Pelaksanaan

Metode Intervensi

Basis kegiatan Abdimas ini adalah program pelatihan yang dilakukan bersama-sama antara dosen UT, anggota kelompok masyarakat pengolah dan pedagang di pasar terapung, instansi terkait (Desa Paku Alam, Disbudpar dan Disperindah Kab. Banjar). Kegiatan program pelatihan, konsultasi dan

pendampingan kelompok masyarakat dilakukan bertahap selama 2 tahun dimulai dari tahun 2023 sampai dengan 2024.

Agar pelaksanaan PkM berjalan dengan lancar, perlu dibuatkan langkah-langkah strategis dalam pelaksanaannya. Langkah-langkah tersebut adalah:

1. Tahap penyadaran
2. Tahap pelatihan
3. Tahap praktek
4. Tahap evaluasi
5. Tahap produksi

Tahap-tahap di atas akan diterapkan untuk kegiatan:

1. Tahun 2023, memberikan solusi mengatasi kualitas produk olahan ikan agar lebih higienis dan meningkatkan citarasa yang lebih baik dan beragam;
2. Tahun 2023, merancang kualitas kemasan agar lebih memiliki daya saing dan mencerminkan ciri khas budaya lokal;
3. Tahun 2024, memperluas segmen pasar untuk meningkatkan perekonomian komunitas masyarakat yang terlibat di pasar terapung;
4. Tahun 2024, berkomunikasi yang baik dalam memasarkan produk-produk yang dijual di pasar terapung kepada wisatawan.

Bagan 1.

Metode intervensi dalam melakukan kegiatan Nomor 1, 2, dan 3:



Bagan 2.

Metode intervensi dalam melakukan kegiatan Nomor 4:



Penyadaran adalah memberi pengetahuan yang memadai tentang kualitas produk olahan ikan, diversifikasi produk, kualitas kemasan. Selain itu memberikan penyadaran tentang pentingnya menjual produk berkualitas dan menarik yang sesuai dengan kebutuhan/ minat pasar tanpa meninggalkan kekhasan daerah setempat.

Pelatihan adalah peningkatan pengetahuan dan proses berfikir Komunitas Pasar Terapung melalui proses pembelajaran.

Praktek adalah peningkatan keterampilan Komunitas Pasar Terapung melalui proses simulasi, uji coba, dan evaluasi saat pelaksanaan praktikum.

Evaluasi adalah pelaksanaan kegiatan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk yang dipasarkan, dimana yang menilai adalah wisatawan atau pengunjung Pasar Terapung.

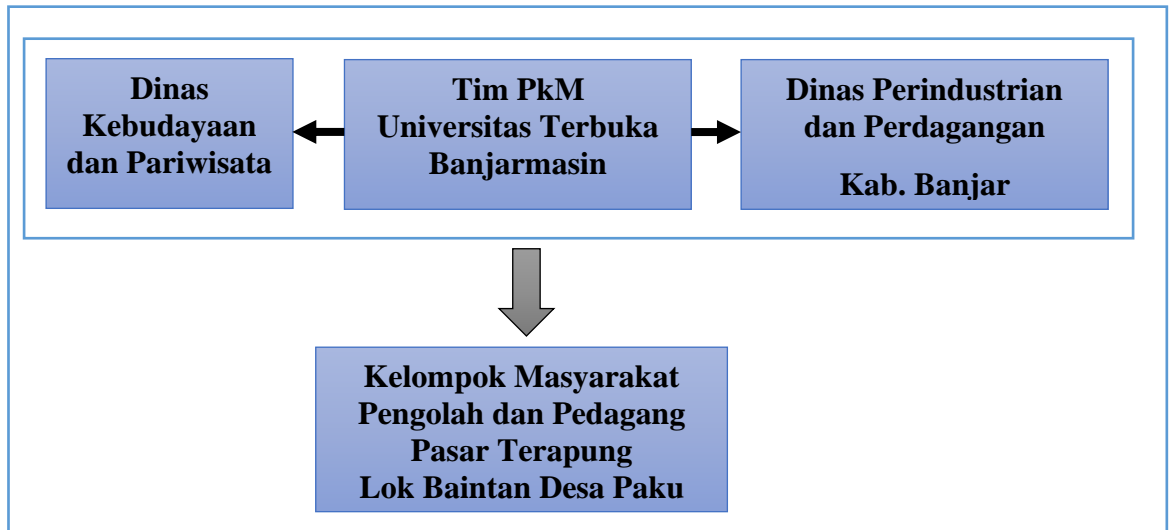
Produksi adalah proses membuat olahan ikan dalam jumlah besar sesuai daya serap/ kebutuhan pasar.

Partisipasi Mitra

1. Komunitas Pasar Terapung
 - a. Menyediakan bahan dasar untuk diolah menjadi produk olahan ikan;
 - b. Menyediakan bahan dasar kemasan.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
 - a. Menjembatani hubungan Tim PkM dengan komunitas pasar terapung;
 - b. Memberikan fasilitas sarana dan prasarana untuk proses kegiatan ini;
 - c. Memonitor dan evaluasi hasil pelatihan di lapangan.
3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
 - a. Menyediakan narasumber untuk berbagai keahlian
 - b. Menyediakan aplikasi e-market untuk pemasaran produk PkM;
 - c. Memberikan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan.
4. Mahasiswa
 - a. Membantu memfasilitasi jalannya kegiatan PkM;
 - b. Mengamati penerapan hasil pelatihan.

D. Kelayakan Pelaksana Struktur Tim

Gambar 1.
Struktur Tim



Kualifikasi Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan dlm Tim	Kompetensi	Deskripsi Tugas
1.	Ir. Mochamad Priono, M.Si.	Anggota		<ul style="list-style-type: none">• Menyusun rencana kegiatan• Mengkoordinasikan Kegiatan Pelatihan• Melaksanakan evaluasi kegiatan• Menyusun laporan kegiatan abdimas
2.	Yuli Triana, SE.,MM.	Anggota		<ul style="list-style-type: none">• Menyusun rencana kegiatan• Mengkoordinasikan Kegiatan Pelatihan• Melaksanakan evaluasi kegiatan• Menyusun laporan kegiatan abdimas
3.	Jumriadi, S.Sos.,M.AP.	Anggota		<ul style="list-style-type: none">• Menyusun rencana kegiatan• Mengkoordinasikan Kegiatan Pelatihan• Melaksanakan evaluasi kegiatan• Menyusun laporan kegiatan abdimas
4.	Drs. Mukhyar Amani, M.Pd	Anggota		<ul style="list-style-type: none">• Menyusun rencana kegiatan• Mengkoordinasikan Kegiatan Pelatihan• Melaksanakan evaluasi kegiatan• Menyusun laporan kegiatan abdimas
5.	Drs. Abdul Hadi, MS.	Anggota		<ul style="list-style-type: none">• Menyusun rencana kegiatan• Mengkoordinasikan Kegiatan Pelatihan• Melaksanakan evaluasi kegiatan• Menyusun laporan kegiatan abdimas
6.	Dra. St. Aisyah, M.Pd	Anggota		<ul style="list-style-type: none">• Menyusun rencana kegiatan• Mengkoordinasikan Kegiatan Pelatihan• Melaksanakan evaluasi kegiatan• Menyusun laporan kegiatan abdimas

E. Biaya dan Jadwal Kegiatan

a. Tabel Justifikasi Anggaran

ANGGARAN PKM Nasional UT Banjarmasin							
URAIAN	Pendanaan 2020			Pendanaan 2021			
	VOL	BIAYA	JUMLAH	VOL	BIAYA	JUMLAH	
I Kegiatan Pendahuluan							
1	Perjadin Survey Lokasi						
	Transport	4	150.000	600.000	4	150.000	600.000
	Harian	4	380.000	1.520.000	4	380.000	1.520.000
2	Transport Need Assesment			-			-
	Transport	4	150.000	600.000	4	150.000	600.000
	Harian	4	380.000	1.520.000	4	380.000	1.520.000
	Sub Jumlah I			4.240.000			4.240.000
II Pelaksanaan Kegiatan							
1	Pembelian literatur	4	200.000	800.000	4	200.000	800.000
2	Pembelian ATK (kertas, notes, pulpen)	1	500.000	500.000	1	500.000	500.000
3	Pembuatan dan pengandaan suplemen	30	100.000	3.000.000	30	100.000	3.000.000
4	Sewa tempat pelatihan + Sound System	2	500.000	1.000.000	2	500.000	1.000.000
5	Dekorasi, spanduk, dll	1	200.000	200.000	1	200.000	200.000
6	Konsumsi pelatihan 1 (25 peserta + mitra instansi)						
	Snack	38	15.000	570.000	38	15.000	570.000
	Makan	38	15.000	570.000	38	15.000	570.000
	Snack	38	10.000	380.000	38	10.000	380.000
	Makan	38	35.000	1.330.000	38	35.000	1.330.000
7	Konsumsi pelatihan 2 (25 peserta + mitra instansi)						
	Snack	38	15.000	570.000	38	15.000	570.000
	Makan	38	15.000	570.000	38	15.000	570.000
	Snack	38	10.000	380.000	38	10.000	380.000
	Makan	38	35.000	1.330.000	38	35.000	1.330.000
8	Baju Kaos	43	50.000	2.150.000	43	50.000	2.150.000
9	Pengadaan barang (alat masak)	1	1.200.000	1.200.000			
10	Pengadaan barang (freezer atau lemari pendingin)	2	1.800.000	3.600.000			
11	Bahan dan Bumbu	1	1.000.000	1.000.000			
12	Pengadaan barang (alat pengemas plastik kemasan)	4	2.600.000	10.400.000			
13	Pengadaan barang (alat vakum plastik kemasan)	4	860.000	3.440.000			
14	Plastik kemasan	1	1.000.000	1.000.000			
15	Plastik Vakum	1	1.000.000	1.000.000			
16	Laptop				2	4.500.000	9.000.000
17	Printer				2	700.000	1.400.000
18	Modem				2	350.000	700.000
19	Perijinan Usaha				1	2.000.000	2.000.000
20	Perijinan Sertifikat Halal				1	7.000.000	7.000.000
21	Perijinan BPOM				1	2.000.000	2.000.000
	Sub Jumlah II			34.990.000			35.450.000
III Belanja Perjalanan							
1	Perjadin Pelatihan 1						
	Transport	5	150.000	750.000	5	150.000	750.000
	Harian	5	380.000	1.900.000	5	380.000	1.900.000
	Transport Lokal Peserta Pelatihan	25	150.000	3.750.000	25	150.000	3.750.000
	Transport Lokal Peserta Fasilitator (Tendik+Mhsw)	10	150.000	1.500.000	10	150.000	1.500.000
	Transport lokal Mitra (Instansi terkait)	3	150.000	450.000	3	150.000	450.000
2	Perjadin Pendampingan						
	Transport	5	150.000	750.000	5	150.000	750.000
	Harian	5	380.000	1.900.000	5	380.000	1.900.000
	Sub Jumlah III			11.000.000			11.000.000
	JUMLAH			50.230.000			50.690.000

b. Jadwal kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Bulan									
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Survey lokasi sasaran	■									
2	Koordinasi dengan Kelurahan sasaran		■								
3	Melakukan <i>Need Assesment</i> di lokasi mitra		■								
4	Berkoordinasi dengan LPPM-UT			■	■						
5	Pemenuhan barang yang akan diserahkan kepada Mitra serta Penyiapan Materi Penyuluhan)					■	■	■			
6	Penyuluhan Kegiatan								■		
7	Penerapan Kegiatan Abdimas								■		
8	Pendampingan								■	■	
9	Monitoring dan Evaluasi								■	■	
10	Analisis dan Pembuatan Laporan									■	
11	Penjilidan dan Unggah Laporan										■

F. Referensi

Hafidha, Rasyida Nur dan Lea Emilia Farida, 2018. Potensi dan Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Sungai Sebagai Daya Tarik Pariwisata Kota Banjarmasin. Prosiding Seminar Nasional ASBIS 2018. Politeknik Banjarmasin.