

Original Research Paper

Sociopreneurship Berbasis Inovasi Sosial: Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pondok Pesantren Melalui Peran Perempuan Dalam Pengembangan Produk Berbahan Dasar Ikan

Huriyatul Fitriyah Noor¹, Siti Hudaidah², Rachmad Caesario³, Herman Yulianto⁴, Nita Camelia⁵

^{1,2,5}Program Studi Budidaya Perairan, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia;

^{3,4}Program Studi Sumberdaya Akuatik, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmi.v8i4.13486>

Situs: Noor, H. F., Hudaidah, S., caesario, R., Yulianto, H., Camelia, N. (2025). *Sociopreneurship Berbasis Inovasi Sosial: Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pondok Pesantren Melalui Peran Perempuan Dalam Pengembangan Produk Berbahan Dasar Ikan*. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, (4)

Article history

Received: 17 November 2025

Revised: 10 Desember 2025

Accepted: 24 Desember 2025

*Corresponding Author:
Huriyatul Fitriyah Noor,
Program Studi Budidaya
Perairan, Universitas Lampung,
Bandar Lampung, Indonesia;
Email:
huriyatul.noor@fp.unila.ac.id

Abstract: Along with the rapid advancement of digital information technology, various sectors are driven to adapt through innovation, including efforts to strengthen economic empowerment. Social-innovation-based sociopreneurship serves as an appropriate approach to addressing economic challenges while also generating positive social impact. This study focuses on applying social-innovation-based sociopreneurship strategies to enhance economic empowerment at Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung, by involving women in product development activities. The research aims to introduce, reinforce, and implement economic empowerment strategies rooted in social innovation by utilizing the potential of women. The activities were carried out through six stages: (1) delivery of educational materials, (2) design of social-innovation-based marketing strategies, (3) introduction to information-technology-based marketing, (4) understanding women's potential in marketing, (5) creation of digital marketing media, and (6) development of innovative marketing content. It is expected that this program will increase the knowledge and practical skills of women at Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung, enabling them to optimize their roles in product development and marketing. Ultimately, this initiative is expected to foster economic independence based on sociopreneurship within the pesantren.

Keywords: Social Innovation, Sociopreneurship, Economic Empowerment, Women Empowerment, Digital Marketing.

Pendahuluan

Indonesia, yang diakui sebagai negara kepulauan maritim terbesar di dunia, Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat berlimpah, terutama sumber daya perikanan yang signifikan, yang merupakan salah satu aset utamanya. Potensi sektor perikanan yang besar telah muncul sebagai fokus penting dalam inisiatif

strategis negara ini untuk mendorong pembangunan ekonomi (Sabir & Mokodompit, 2016). Sumber daya alam Indonesia yang melimpah, khususnya di sektor perikanan, menghadirkan peluang yang signifikan bagi pembangunan ekonomi. Namun, tantangan seperti infrastruktur yang tidak memadai, adopsi teknologi yang terbatas, dan hambatan regulasi menghambat optimalisasi penuh industri perikanan untuk mendorong pertumbuhan

berkelanjutan dan mencapai kemandirian ekonomi melalui UMKM (Sulistiyono, 2018).

Kemandirian ekonomi memegang posisi penting dalam masyarakat Indonesia, yang berfungsi sebagai indikator mendasar ketahanan individu dan masyarakat. Kemandirian ekonomi merupakan perwujudan keyakinan akan kapasitas seseorang untuk mengatasi tantangan, menghasilkan keputusan yang tepat, serta mengembangkan solusi inovatif. Mencapai dan mempertahankan kemandirian ekonomi memerlukan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan kondisi ekonomi pribadi dan kolektif. Konsep ini menekankan pentingnya kemandirian, inisiatif proaktif, dan pemecahan masalah yang kreatif, yang secara kolektif berkontribusi pada stabilitas sosial dan pembangunan nasional. Dengan menumbuhkan kemandirian ekonomi, individu dan masyarakat dapat mencapai pemberdayaan yang lebih besar dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Sugiono & Zakhra, 2018).

Mempromosikan kemandirian ekonomi masyarakat dalam sektor akuakultur memerlukan integrasi teknik pengolahan ikan yang inovatif, strategi pemasaran digital yang canggih, dan sistem budidaya berkelanjutan yang dapat diperbarui. Menekankan inovasi sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan pasar; namun, banyak pemangku kepentingan perikanan saat ini menghadapi kendala kapasitas yang signifikan yang menghambat kemampuan mereka untuk mengadopsi pendekatan transformatif tersebut. Keterbatasan ini termasuk keterampilan teknis yang tidak memadai, akses terbatas ke teknologi modern, dan infrastruktur yang tidak memadai. Mengatasi tantangan ini melalui inisiatif pengembangan kapasitas yang ditargetkan dan alokasi sumber daya sangat penting untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan, meningkatkan mata pencarian, dan memastikan ketahanan jangka panjang masyarakat akuakultur lokal.

Sektor perikanan Indonesia menghadapi tantangan yang signifikan karena kurangnya integrasi praktik inovatif dan strategi pemasaran kontemporer. Sebagian besar bergantung pada metode pemanenan dan distribusi tradisional, industri ini berjuang untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di pasar domestik

dan internasional. Penerapan teknik promosi modern dan branding yang terbatas ini menghambat daya saing, membatasi peluang perluasan pasar, dan menghambat potensi sektor ini untuk pertumbuhan berkelanjutan dan peningkatan kontribusi ekonomi.

Dalam lanskap digital kontemporer, pemasaran produk ikan memerlukan perubahan strategis dari metode tradisional ke pendekatan digital yang inovatif. Ketergantungan penuh pada teknik pemasaran konvensional dapat mengakibatkan berkurangnya relevansi pasar dan kerugian kompetitif. Merangkul strategi pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk secara efektif menjangkau khalayak yang lebih luas, melibatkan konsumen melalui kampanye yang ditargetkan, dan beradaptasi dengan cepat terhadap preferensi konsumen yang terus berkembang, sehingga memastikan daya saing yang berkelanjutan di pasar yang dinamis (Siswanto et al., 2022).

Masyarakat harus terus berinovasi dan meningkatkan sistem bisnisnya untuk mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan, khususnya di sektor-sektor seperti pemasaran ikan. Perempuan yang terpinggirkan merupakan bagian penting dari kemajuan ini, karena partisipasi aktif mereka tidak hanya mendorong kesetaraan gender tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemandirian ekonomi dan ketahanan masyarakat. Keterlibatan mereka yang semakin meningkat menandakan pergeseran positif menuju pertumbuhan yang inklusif, yang menyoroti pentingnya pemberdayaan perempuan melalui kebijakan yang tepat sasaran dan mekanisme dukungan yang memungkinkan partisipasi penuh mereka dalam kegiatan kewirausahaan (Haris & Burhan, 2023). Kemandirian ekonomi bagi perempuan lebih dari sekadar stabilitas keuangan, tetapi juga menjadi katalis bagi pemberdayaan sosial dan peningkatan partisipasi dalam rumah tangga dan konteks ekonomi yang lebih luas. Ketika perempuan diberdayakan secara ekonomi, mereka memiliki peluang yang lebih besar untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan, berkontribusi pada pembangunan masyarakat, dan mendorong inovasi. Secara khusus, keterlibatan aktif mereka dalam memasarkan produk ikan tidak hanya meningkatkan pertumbuhan pribadi dan keterampilan berwirausaha, tetapi juga mendukung pembangunan ekonomi nasional dengan memperluas pasar dan mendiversifikasi sumber

pendapatan. Pemberdayaan tersebut pada akhirnya mendorong kesetaraan gender dan pertumbuhan berkelanjutan.

Pesantren di Indonesia, yang dikenal dengan sebutan pesantren, merupakan lembaga masyarakat bersejarah yang telah membentuk lanskap pendidikan dan budaya bangsa secara mendalam. Lembaga-lembaga ini secara tradisional menekankan pada pengembangan kemandirian dan kepercayaan diri di antara para siswa, sehingga memainkan peran penting dalam mempromosikan kemandirian dan ketahanan ekonomi dalam masyarakat lokal di seluruh wilayah Indonesia yang beragam (Saifudin R & Supriyanto, 2021). Pesantren semakin gencar mengupayakan kemandirian ekonomi dengan mendirikan berbagai lembaga, koperasi, dan badan usaha. Pergeseran strategis ini bertujuan untuk mendiversifikasi sumber pendapatan, mengurangi ketergantungan pada pendanaan eksternal, dan menumbuhkan kemandirian. Prakarsa-prakarsa semacam itu melengkapi misi inti akademis dan spiritual mereka, mempromosikan pembangunan berkelanjutan, dan memberdayakan santri dengan keterampilan praktis untuk pertumbuhan masyarakat.

Upaya untuk membangun kemandirian ekonomi di pondok pesantren telah dilaksanakan di berbagai lokasi, salah satunya adalah Lembaga Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung. Di Lembaga Pendidikan Islam ini, pimpinan telah merintis beberapa unit usaha, termasuk koperasi pesantren dan unit usaha pemasaran produk berbahan dasar ikan. Namun, proses pemasaran produk ikan masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan melalui toko fisik dan jaringan pribadi.

Sebenarnya, keterlibatan santriwati dalam kegiatan ekonomi pondok pesantren dapat menjadi aset berharga. Sebagai perempuan, santriwati memiliki modal perempuan (Feminine Capital) yang meliputi: (1) Keterampilan Komunikasi Empatik, (2) Kepekaan terhadap Isu Sosial dan Kemanusiaan, (3) Kemampuan Manajemen Waktu dan Multitasking, (4) Kemampuan Berempati dan Mendukung, (5) Kreativitas dan Pemecahan Masalah, (6) Kepemimpinan dan Kolaborasi, serta (7) Kompetensi Pendidikan dan Profesionalisme.

Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan, menguatkan, dan menerapkan strategi pemasaran berbasis inovasi sosial yang memanfaatkan modal

perempuan dalam pemasaran produk berbahan dasar ikan. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta kemandirian ekonomi di Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung, dengan mengoptimalkan peran perempuan dalam pemasaran produk secara lebih efektif dan berkelanjutan (Veér, 2020).

Untuk mengatasi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha ekonomi di Lembaga Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung, diperlukan pendekatan inovatif. Sebuah solusi yang diusulkan adalah konsep "Sociopreneurship Berbasis Inovasi Sosial", yang menggabungkan strategi pemberdayaan ekonomi dengan peran aktif perempuan dalam pengembangan produk berbahan dasar ikan. Sociopreneurship adalah pendekatan kewirausahaan sosial yang tidak semata-mata berfokus untuk perekonomian, melainkan juga berdampak positif bagi masyarakat.

Dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis inovasi sosial dan melibatkan perempuan sebagai penggerak utama, konsep ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk serta menciptakan kemandirian ekonomi di tingkat lokal. Perempuan di lingkungan pesantren berperan besar dalam mendukung dan memastikan keberlanjutan dari berbagai kegiatan, termasuk dalam bidang ekonomi. Namun, keterlibatan mereka dalam pengembangan usaha masih sering terbatas.

Melalui pendekatan Sociopreneurship, perempuan di pondok pesantren dapat lebih aktif dalam pengembangan produk berbahan dasar ikan. Hal ini bukan hanya memperbaiki kesejahteraan para santriwati secara ekonomi, namun bukan sekedar meningkatkan ekonomi tetapi memberikan dampak baik bagi perekonomian lokal. Strategi inovatif yang diterapkan meliputi pelatihan keterampilan, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan pemasaran produk berbasis inovasi sosial.

Dengan demikian, pendekatan Sociopreneurship ini bertujuan untuk menciptakan kemandirian ekonomi berbasis sosial yang berkelanjutan di Lembaga Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung, melalui optimalisasi peran perempuan sebagai penggerak utama.

Metode

Metode, Tahapan Pelaksanaan, dan Prosedur Kerja

Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan *sociopreneurship* berbasis inovasi sosial, yang menggabungkan penguatan keterampilan usaha dengan nilai-nilai pemberdayaan perempuan dan komunitas. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali santriwati Ma'had Al Jami'ah Putri Raden Intan Lampung dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan produk olahan ikan, serta penerapan digital marketing melalui pemanfaatan media sosial dan e-marketplace. Metode yang diterapkan melibatkan partisipasi aktif dan dapat diterapkan langsung, mencakup sesi materi, praktik langsung, dan diskusi reflektif, yang dirancang untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan sosial. Melalui pendekatan ini, diharapkan peserta mampu menjadi pelaku usaha yang inovatif, berdaya saing, dan berkontribusi pada kemandirian ekonomi pesantren secara berkelanjutan. Pelatihan dan penguatan ini akan dimulai dengan beberapa tahapan (Tabel 3.1).

Pihak-Pihak yang Terlibat

Pelatihan ini akan dilaksanakan melalui kemitraan dengan sejumlah pihak yang memberikan dukungan terciptanya ekosistem *sociopreneurship* berbasis inovasi sosial di lingkungan pondok pesantren. Lembaga Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung sebagai mitra utama dalam kegiatan ini akan berperan penting dalam menyediakan lokasi pelatihan serta menghimpun peserta utama, yaitu para santriwati yang menjadi subjek pemberdayaan dalam pengembangan kewirausahaan sosial berbasis produk olahan ikan.

Pemerintah Kelurahan Kedaton Kecamatan Kedaton juga akan dilibatkan sebagai mitra strategis dari unsur pemerintahan dan masyarakat lokal. Keterlibatan pihak kelurahan diharapkan dapat memperluas jangkauan hasil pelatihan, mendorong replikasi model *sociopreneurship* di lingkungan masyarakat sekitar, serta mendukung legalitas dan keberlanjutan program.

Selain itu, pihak penyelenggara pelatihan akan menjalin koordinasi dengan pengelola Pondok Pesantren Al Hikmah secara kelembagaan guna memastikan integrasi kegiatan dengan visi dan arah pembinaan pondok. Sinergi antara pesantren, pemerintah lokal, dan tim pelaksana diharapkan

dapat menciptakan ruang pemberdayaan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan melalui optimisasi peran perempuan dalam konteks sosial dan kewirausahaan.

Tabel 3.1 Tahap Pelatihan

Tahapan	Kegiatan	Metode
1	Pemaparan materi tentang konsep dasar <i>sociopreneurship</i> , inovasi sosial, dan strategi pemberdayaan ekonomi melalui produk olahan ikan	Ceramah interaktif dan studi kasus
2	Penyusunan kerangka usaha <i>sociopreneurship</i> berbasis inovasi sosial di lingkungan pesantren	Praktek kolaboratif dengan panduan modul
3	Pengenalan teknologi digital dalam pemasaran (media sosial, e-commerce, tren konsumen, dan digital branding)	Ceramah dan Focus Group Discussion (FGD)
4	Penguatan pemahaman peran strategis perempuan dalam kewirausahaan sosial dan pemasaran berbasis nilai	Ceramah, studi kasus, dan FGD
5	Pelatihan pembuatan media pemasaran digital (web, akun e-commerce, dan media sosial usaha)	Praktek dengan media digital
6	Penyusunan dan pengelolaan konten digital berbasis inovasi dan nilai sosial	Praktek lanjutan

Partisipasi Mitra

Keterlibatan mitra dalam kegiatan ini ditetapkan berdasarkan berdasarkan peran, tugas, dan tanggung jawab masing-masing selama proses pelaksanaan. Berikut partisipasinya meliputi :

1. Peserta Kegiatan, pihak yang mengikuti kegiatan ini ialah santriwati, asatidzah, bendahara pesantren dan kelompok atau penanggung jawab ekonomi Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung. Kesemua peserta dititik beratkan pada gender perempuan karena

memperhatikan potensi, kedekatan dan intensitas mereka dengan pemasaran berbasis sosial.

2. Pemerintah local. Dalam pelatihan, pemerintah local akan mendampingi peserta dalam memahami kondisi masyarakat sekitar sebagai pelanggan dan menjadi pelindung kegiatan.

Rancangan Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Terdapat dua bentuk evaluasi yang diterapkan dalam kegiatan ini, yaitu:

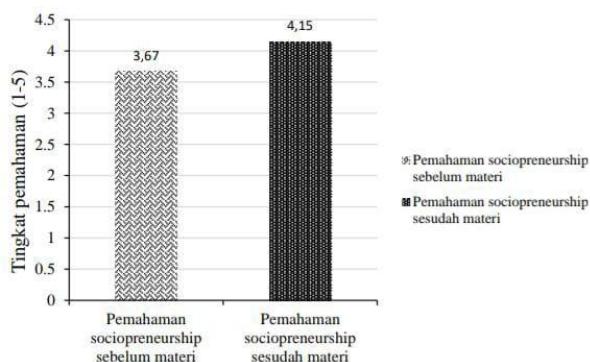
- Evaluasi kuantitatif* melalui pretest dan posttest, yang bertujuan untuk menilai perubahan pengetahuan dan kemampuan peserta pada setiap tahap kegiatan.
- Refleksi atau evaluasi kualitatif* dilakukan melalui refleksi berupa diskusi atau tanya jawab, disertai pemantauan selama proses penyampaian materi dan praktik berlangsung antara pemateri dan peserta pelatihan.



Gambar 1 Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

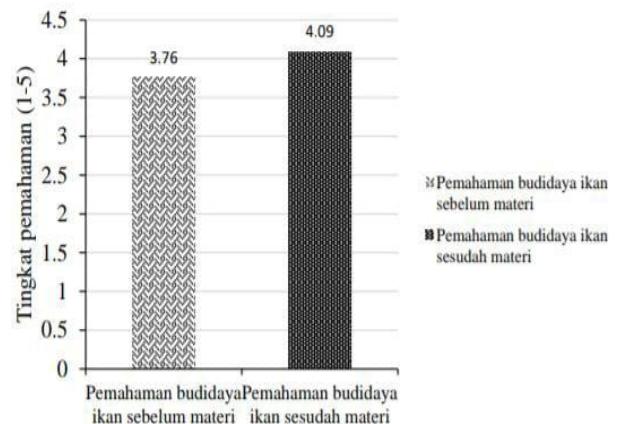
Berdasarkan hasil survei pemahaman perempuan di pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung menggunakan kuesioner didapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 2 Grafik perbandingan hasil pemahaman sociopreneurship

Pemahaman perempuan di pondok pesantren Al-Hikmah tentang *sociopreneurship* sebelum materi diberikan yaitu 3,67 dari rentang skor 1-5 pada kuesioner. Pemahaman perempuan tentang *sociopreneurship* meningkat sesudah diberikan materi menjadi 4,15.

Berdasarkan hasil survei dengan menggunakan kuesioner dapat diketahui tentang pemahaman cara budidaya ikan di Lembaga Pendidikan pondok pesantren Al-Hikmah Bandar Lampung sebagai berikut.



Gambar 3 Grafik perbandingan hasil pemahaman Budidaya

Pemahaman perempuan di pondok pesantren Al-Hikmah tentang budidaya sebelum materi diberikan yaitu 3,76 dari rentang skor 1-5 pada kuesioner. Pemahaman perempuan tentang *sociopreneurship* meningkat sesudah diberikan materi menjadi 4,09.

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada *Sociopreneurship Berbasis Inovasi Sosial* di Lembaga Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung menunjukkan temuan positif terutama dalam peningkatan pemahaman dan kapasitas perempuan (santriwati) dalam kewirausahaan berbasis produk perikanan. Setelah diberikan materi, pemahaman peserta tentang *sociopreneurship* meningkat dari 3,67 menjadi 4,15, sedangkan pemahaman tentang budidaya ikan meningkat dari 3,76 menjadi 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan efektif memperbaiki pengetahuan serta kesiapan peserta dalam mengembangkan usaha berbasis nilai sosial.

Sociopreneurship memiliki peran yang sangat penting dalam upaya pemberdayaan ekonomi. Dees (2001), menyatakan bahwa seorang *sociopreneur* adalah individu yang

memainkan peran sebagai reformis sosial dalam skala kecil maupun besar, yang terus berinovasi untuk menciptakan solusi-solusi baru terhadap tantangan sosial yang kompleks. Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pengetahuan terkait *sociopreneurship* dengan menggunakan produk perikanan. Banyak sekali inovasi yang bisa dilakukan untuk memberikan solusi terkait pangan dan ekonomi. Salah satunya yaitu dengan memberikan pengetahuan dan pelatihan terkait cara budidaya ikan. Perempuan pesantren (santriwati) memiliki potensi terhadap pengembangan usaha mikro berbasis pangan. Hal ini sesuai dengan Ertal et al. (2025) bahwa pemberdayaan perempuan dalam kewirausahaan dapat mendorong peningkatan pendapatan, kemandirian ekonomi, dan penguatan posisi sosial dalam masyarakat. Program ini berhasil mendorong partisipasi aktif perempuan dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari produksi hingga pemasaran digital.

Integrasi teknologi informasi dalam pemasaran terbukti meningkatkan daya saing usaha mikro. Febryanti & Utami (2022) menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital mampu memperluas pasar dan meningkatkan nilai produk perikanan. Program ini santriwati dilatih untuk mampu memasarkan suatu produk secara digital dan memahami cara promosi modern yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pesantren mempunyai basis komunitas yang kuat sehingga sangat cocok dijadikan pusat pemberdayaan ekonomi melalui unit usaha mandiri. Kegiatan ini juga harus melibatkan para santriwati didalam usaha produktif berbasis inovasi sosial (Masri et al., 2025). Kegiatan ini juga mendorong perempuan untuk memanfaatkan *feminine capital* seperti empati, komunikasi, kreativitas, dan kolaborasi (Veer, 2020).

Dengan hasil tersebut, kegiatan pengabdian ini tidak semata-mata terbatas pada peningkatan kemampuan prosedural peserta dalam pengolahan dan pemasaran produk berbahan dasar ikan, tetapi juga memberikan dampak sosial berupa penguatan peran perempuan, peningkatan kepercayaan diri, dan pembentukan jejaring usaha berbasis komunitas pesantren. Model ini berpotensi direplikasi di pesantren lain sebagai strategi pemberdayaan ekonomi berbasis inovasi sosial.

Kesimpulan

Program *sociopreneurship* berbasis inovasi sosial terbukti berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan perempuan pesantren, terlihat dari peningkatan skor pemahaman pada aspek *sociopreneurship* maupun budidaya ikan setelah pelaksanaan pelatihan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perempuan mampu berperan aktif sebagai agen pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan produk perikanan serta penerapan strategi pemasaran digital yang modern dan adaptif. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kemandirian ekonomi pesantren, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan melalui optimalisasi potensi perempuan dalam kegiatan ekonomi berbasis komunitas. Dengan keberhasilan tersebut, model *sociopreneurship* yang diterapkan memiliki peluang besar untuk direplikasi pada lembaga pendidikan dan komunitas lain sebagai strategi efektif dalam pembangunan ekonomi mikro berbasis inovasi sosial.

Saran

Program *sociopreneurship* berbasis inovasi sosial perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan memperluas jangkauan peserta dan memperkuat pendampingan dalam aspek manajemen usaha serta pemasaran digital. Kolaborasi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta juga disarankan untuk mendukung keberlanjutan dan replikasi model ini pada komunitas lain guna memperkuat pemberdayaan ekonomi berbasis inovasi sosial.

Ucapan Terima Kasih

Apresiasi kami tujuhan kepada pengelola Pondok Pesantren Al Hikmah Bandar Lampung, para santriwati, serta seluruh yang telah turut serta dan mendukung terlaksananya program ini. Kami sampaikan juga apresiasi untuk DIPA Fakultas Pertanian berkat dukungan pendanaan serta menfasilitasi sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan lancar dan menghasilkan manfaat yang nyata.

Daftar Pustaka

Abidin, J. Z., Huriani, Y., Zulaiha, E., Uin, S., Gunung, D., & Bandung, I. ; (2023). *Perempuan Berdaya: Memperkuat Peran Perempuan dalam Budaya Tradisional*. 13(2), 67–76. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/socio-politica>

Anggraini, C. P. K. (2022). Pengembangan Fishpreneurship Guna Menumbuhkan Minat Wirausaha Bagi Mahasiswa Politeknik Muhammadiyah Magelang Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 15(1), 91–100. <https://doi.org/10.52046/agrikan.v15i1.948>

Erta., Prabayanti, H. R., & Dewi, H. S. C. P. (2025). Pemberdayaan perempuan melalui kewirausahaan. *ABISATYA : Journal of community engagement*, 3(1), 74-79. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/abisatya>

Febryanti, D. I. & Utami, D. A. (2022). Pemanfaatan platform digital dalam pemasaran produk perikanan dan kelautan (Studi kasus Aruna Indonesia). *Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, 12(1), 66-83. doi.org/10.21009/jgg.121.05

Haris, A. T. E., & Burhan, R. R. (2023). Peran perempuan dalam mendorong kemandirian ekonomi melalui kewirausahaan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 12–21. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3364>

Masri, A. E., Rosmilawati, I., & Siregar, H. (2025). Pemberdayaan santri berbasis kewirausahaan guna meningkatkan perilaku berwirausaha para santriwati tingkat SMP-SMA di pondok La Tansa Lebak Banten. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(1), 430-443. [10.59141/japendi.v6i1.7095](https://doi.org/10.59141/japendi.v6i1.7095)

Moensaku, P. Y., & Kune, S. J. (2016). Implementasi Marketing Mix Pada Pemasaran Abon Ikan di Kelurahan Humusu C, Kecamatan Insana Utara, Kabupaten Timor Tengah Utara. *Agrimor*, 1(04), 78–81. <https://doi.org/10.32938/ag.v1i04.111>

Putri, E. M. M., Utomo, W. P., Ramadhan, Z. F., Burhan, R. Y. P., Rachimoellah, M., Martak, F., Wahyudi, A., Zetra, Y., Mujahid, M. N., & Nugraheni, Z. V. (2019). Peningkatan Keterampilan Pembuatan Dan Pemasaran Kecap Biji Nangka: Alternatif Bahan Pendamping Makanan Di Keputih Surabaya. *ABDIMAS ALTRUIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 44–54. <https://doi.org/10.24071/aa.v2i1.2128>

Sabir, M. R. P., & Mokodompit, E. A. (2016). Analisis potensi maritim indonesia. *Osf.Ifo*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dnrt3>

Saifudin R, A., & Supriyanto. (2021). Membentuk Kemandirian Ekonomi Pesantren: Telaah terhadap Peran Kiai dalam Pesantren Al-Amien Prenduan, Madura. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 11(2), 282–309. <http://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/maliyah/article/view/936%0Ahttp://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/maliyah/article/download/936/936>

Siswanto, T., Gusneli, G., & Mardika, I. H. (2022). Inovasi Teknologi Pemasaran Terintegrasi bagi Pembudidaya Ikan Hias. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 4(2), 151–160. <https://doi.org/10.21632/jpmi.4.2.151-160>

Sugiono, A., & Zakhra, A. (2018). Kemandirian Ekonomi Masyarakat Dengan Kreatifitas Dan Diversifikasi Hasil Laut Di Desa Branta Tinggi Pamekasan. *At-Tamkin: Jurnal Pengabdian* ..., 1(2), 73–86. <http://www.ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/attamkin/article/view/500%0Ahttp://www.ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/attamkin/article/download/500/296>

Sulistiyono, S. T. (2018). Paradigma Maritim dalam Membangun Indonesia: Belajar dari Sejarah. *Lembaran Sejarah*, 12(2), 81. <https://doi.org/10.22146/lembaran-sejarah.33461>

Veér, Z. (2020). *FEMININE CAPITAL? FEMINIZED CRÈCHE WORK AND MASCULINE LABOR ORGANIZING IN HUNGARY*.