

PELATIHAN SOSMEDPRENEUR UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING KELOMPOK WANITA NELAYAN

Nurlina Subair¹, Risma Haris², Irma³, Syahban Nur⁴

^{1,4}Program Studi Pendidikan Sosiologi, FKIP, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

²Program Studi Kesehatan Masyarakat, PPs. Universitas Indonesia Timur, Indonesia

³Program Studi Kesehatan, Institusi Kesehatan dan Bisnis St. Fatimah Mamuju, Indonesia
subairnurlina@gmail.com¹, arismarifin@gmail.com²

ABSTRAK

Abstrak: Pemasaran hasil laut dan pengolahan ikan Kelompok Wanita Nelayan Az Zahra adalah permasalahan klasik yang dihadapi masyarakat pesisir. Sosial media sebagai salah satu sarana untuk pemasaran dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menjangkau sasaran pasar yang lebih luas. Pelatihan *sosmedpreneur* dimaksudkan untuk memberikan pemahaman kepada wanita pesisir penggunaan *marketplace facebook* sebagai *marketing digital* untuk ikan dan produk olahannya. Pelaksanaan kegiatan dimulai dari curah pendapat (*brainstorming*), pemberian materi inti dengan metode ceramah dan dievaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi yang didapatkan pengetahuan untuk manfaat sosial media sebesar 83%, komunitas wirausaha melalui sosial media sebesar 67% dan minat wirausaha sebesar 50% kecuali untuk pengetahuan mereka dalam menggunakan sosial media untuk berwirausaha dan sikap yang harus dimiliki yang menjadi ciri-ciri pewirausaha sebesar 17%. Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena ilmu yang diperoleh dalam kegiatan ini dapat dipraktikkan kembali, sehingga dapat membantu meningkatkan pemasaran hasil olahan ikan khususnya kelompok wanita nelayan Azzahra.

Kata Kunci: sosial media; sosmedpreneur; wanita pesisir.

Abstract: *The marketing of marine products and fish processing of the Az Zahra Women's Group is a classic problem faced by coastal communities. Social media as a means for marketing can be used by the community to reach a wider target market. Coastal women's social media training aims to teach coastal women how to use the Facebook marketplace as a digital marketing tool for fish and processed products. This community service was carried out at KWN Fatimah Azzahra, Pattingalloang Village, Ujung Tanah District, Makasar City. The implementation of the training started with brainstorming, giving core material using the lecture method, and being evaluated. Based on the results of the evaluation, it was found that knowledge of the benefits of social media (83%), the entrepreneurial community through social media (67%), and entrepreneurial interest (50%) was good except for their knowledge of using social media for entrepreneurship and the must-have attitudes that become entrepreneurial characteristics, which are still relatively low (17%). This is because the training time is limited, so people have not been able to absorb knowledge well, especially in practice.*

Keywords: *social medi; socmedpreur; coastal woman.*



Article History:

Received: 16-05-2022

Revised : 29-06-2022

Accepted: 11-07-2022

Online : 27-08-2022



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Kota Makassar merupakan ibu kota provinsi Sulawesi Selatan yang merupakan gerbang Kawasan Timur Indonesia yang menjadi pusat perekonomian dan pariwisata salah satunya hasil perdagangan perikanan. Pemerintah Kota Makassar berupaya terus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program kelautan dengan berfokus pada usaha pembuatan olahan makanan yang berbasis ikan (Hindun et al., 2019; Muhsin & Pasigai, 2020; Ridwan & Wahyudi, 2020; Sulman, 2021). Pada Program tersebut, pemerintah kota bermitra dengan berbagai kelompok pengolah hasil perikanan yang akan diberikan keterampilan untuk dapat meningkatkan kualitas produk maupun pemasarannya (Asiati & Nawawi, 2017; Pratama, 2017; Yasrizal, 2020).

Kelompok Wanita Nelayan (KWN) Fatimah Azzahra adalah kelompok pemberdayaan istri-istri nelayan yang mandiri dan berpenghasilan sendiri. Berada di kelurahan Patingalloang yang dihuni mayoritas oleh buruh nelayan (Mitra Yolanda Pratiwi, 2021; Raodah, 2016). Lingkungan ini tergolong perkampungan kumuh dengan warga miskin yang penghasilan tidak menentu. Kondisi geografis kelurahan patingalloang sangat dekat dengan laut dan pelabuhan Paoter, Makassar (Goso & Anwar, 2017; Pinem et al., 2019).

Umumnya istri nelayan hanya berprofesi sebagai ibu rumah tangga (Buan et al., 2022; Wugaje et al., 2017). Kondisi ekonomi yang bergantung dari hasil melaut sangat memprihatikankan ditambah lagi dengan status mereka hanya sebagai buruh (sawih) (Hutapea et al., 2012; Magfiroh & Sofia, 2020) semakin membuat mereka tidak berdaya (Kausar, 2019). Mereka harus berhadapan dengan kekuasaan para punggawa laut (Mahmud & Wunawarsih, 2019) yang memiliki modal dan pembagian hasil tangkapan yang mereka atur sendiri (Syahrir, 2019).

Persoalan ekonomi masyarakat pesisir salah satunya adalah pemasaran ikan dalam jumlah yang banyak pada saat musim panen ikan laut tiba (Adnyani et al., 2017; Apituley et al., 2013). Dalam kondisi ini wanita nelayan ikut terlibat langsung sebagai pedagang ikan sebagai bagian dari membantu pekerjaan suami (Adnyani et al., 2017) Penggunaan *handphone* bagi masyarakat bukan hal baru lagi buat mereka (Ardianto, 2017). Hanya saja memfungsikan sosial media dengan optimal masih perlu dibina agar mereka bisa merasakan manfaatnya terutama untuk menunjang aktivitas perekonomian (Arfianto, 2017).

Sosial media adalah sarana untuk berkomunikasi dan berkolaborasi (Sari et al., 2018; Setiadi, 2016) yang saling menghubungkan dan bergantung terhadap pekerjaan manusia, komunitas dan organisasi (Darmawan et al., 2021). Sosial media ini berfungsi untuk meningkatkan kemampuan teknologi dan mobilitas (Purnomo et al., 2021). Sosial media seperti *facebook*, *instagrarm*, *what;sup*, *twitter* dan sebagainya adalah contoh sosial media yang akrab di masyarakat (Tuten, 2020). Aktivitas

menjual ikan merupakan salah kegiatan wirausaha kecil yang dilakukan KWN Fatimah Azzahra. Selayaknya usaha-usaha yang lain, berwirausaha di era teknologi seperti sekarang tidak bisa lepas dari peranan teknologi (Pringgenies et al., 2017).

Riset-riset mengenai pemanfaatan sosial media yang berkaitan dengan perekonomian telah banyak, Riset (Suryani, 2014) melaporkan bahwa pemanfaatan sosial media sangat penting bahkan telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi, mensosialisasikan program dan kebijakan, memperkenalkan citra pariwisata demi peningkatan pendapatan daerah dari sektor ini. Riset lain mengemukakan bahwa sosial media sebagai sarana komunikasi merupakan unsur yang sangat penting dalam pemasaran (Herman, 2020; Salam & Nurjanah, 2019; Yurleni, 2018). Sosial media menciptakan komunikasi pemasaran modern dengan menawarkan kemudahan akses (Siswanto, 2013). Pemasaran melalui sosial media atau disebut sosial media marketing diperlukan untuk mengoptimalkan penjualan jasa dan produk sehingga pendapatan perusahaan atau UMKM dapat meningkat pula (Moriansyah -, 2015)

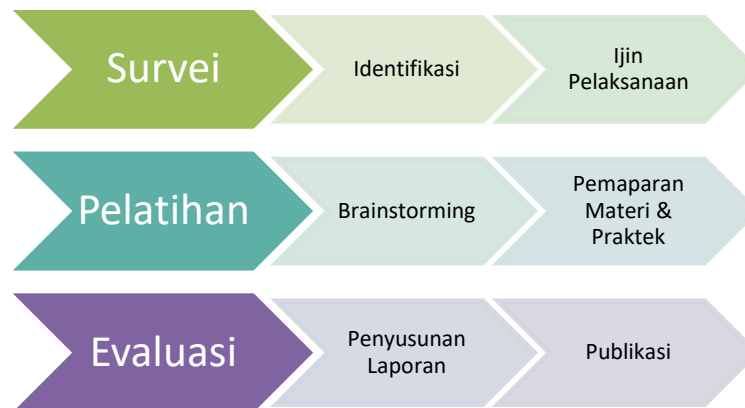
Ketersediaan tempat berjualan online berbagai media sosial seperti *marketplace* di *facebook* semakin membuka peluang berwirausaha semakin luas (Sholeh et al., 2020; Simatupang et al., 2021; Susanto et al., 2020). Harusnya hal ini dimanfaatkan seoptimal mungkin oleh masyarakat termasuk KWN untuk membantu memperluas jangkauan target penjualan ikan hasil tangkapan suami mereka (Arizal et al., 2021; Pambudi, 2021; Wardhana & Tarina, 2021). Melihat kesadaran mereka yang masih minim mengenai keberadaan dan pemanfaatan *marketplace*, maka perlu diberikan pelatihan untuk menambah wawasan dan partisipasi mereka dalam memanfaatkan sosial media dalam berwirausaha (Hasan et al., 2021; Nugrahaningsih et al., 2021). Pelatihan *Sosmedpreneur* bertujuan untuk mengenalkan mereka penggunaan sosial media untuk pemasaran dengan menggunakan *marketplace facebook* (Kadir et al., 2019).

B. METODE PELAKSANAAN

Survei lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada hari Jumat tanggal 26 November 2021 di Kelurahan Pattingaloang Kecamatan Ujung Tanak Kota Makassar. Pelaksanaan PKM ini diikuti dengan antusias oleh 28 peserta. Pelatihan diawali dengan metode curah pendapat (*brainstorming*) untuk mengobservasi kepemilikan *handphone*, pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai sosial media, wirausaha dan penggunaannya. Materi inti mengenai sosial media dan wirausaha dilakukan dengan metode ceramah melalui menggunakan *power point*. Materi disampaikan sambil dipraktekkan langsung di *handphone* mereka.

Pemberikan materi sosial preneur dan langsung dipraktekkan menggunakan *handphone* para peserta dimaksudkan agar mereka bisa

langsung mengaplikasikan teori yang ada. Hal ini juga bertujuan menjawab rasa penasaran masyarakat terkait penggunaan *marketplace* dari *facebook* lengkap dengan fitur-fitur marketing yang ada di dalamnya. Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Adapun Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat terdiri dari 3 tahapan yaitu:

1. Survei

Pelaksanaan Survei dimulai dari awal penentuan lokasi PKM dengan mengidentifikasi kelompok nelayan perempuan yang akan diberikan kegiatan dengan meninjau lokasi, selanjutnya membuat surat perizinan untu melaksanakan kegiatan pelatihan Sosmedpreneur.

2. Pelatihan

Pelatihan Sosmedpreneur berisikan materi terkait penggunaan sosial media yang sangat berperan aktif dalam meningkatkan pemasaran di era digital, selanjutnya para peserta diminta untuk mempraktekkan langsung aplikasi sosial medianya untuk kemudian diajarkan cara meningkatkan marketingnya melalui sosial media.

3. Evaluasi

Setelah kegiatan, dilakukan diskusi terkait pelaksanaan kegiatan tersebut, yang selanjutnya membuat laporan kegiatan untuk pertanggungjawaban sebagai dosen serta laporan tindak lanjut dari kegiatan PKM ini, di tahap akhir maka kegiatan tersebut patut untuk di publikasikan ke media maupun ke jurnal ilmiah.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk Pelatihan Sosmedpreneur kepada Kelompok Wanita Nelayan (KWN) Fatimah Azzahra yang terletak di kelurahan Pattingalloang pada Jumat, 26 November 2021. Sasaran PKM ini adalah istri-istri nelayan yang bertindak sebagai penjual ikan saat musim panen ikan sebanyak 30 orang. Kesadaran

mereka untuk berwirausaha dengan mengolah hasil ikan mereka menjadi abon perlu didukung untuk meningkatkan penjualan yang menjadi permasalahan utama.

Pengamatan awal di lapangan menemukan bahwa hampir semua istri pelau di kelurahan Patingalloang memiliki *handphone*. Penggunaan *gadget* ini bervariasi di kalangan mereka, ada yang untuk sekolah online anaknya, bermain game, untuk komunikasi keluarga hingga menonton film. Sosmed yang paling banyak mereka gunakan adalah *facebook*, *what's up*, dan *instagram*. Meskipun demikian belum ada yang menggunakan *marketplace* ataupun fitur di *what's up* bisnis untuk memasarkan ikan dan olahannya.

Materi ini menjelaskan fitur-fitur yang bisa digunakan masyarakat saat berjualan di *marketplace*. Curah pendapat dilakukan di awal pelatihan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman wanita pesisir mengenai wirausaha dan sosial media, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Curah Pendapat (*Brainstorming*)

Brainstorming sebagaimana yang terlihat pada gambar 2 di atas dilakukan selama 10 menit ini menemukan bahwa para wanita pesisir masih memiliki pengetahuan minim mengenai keberadaan *marketplace* untuk menunjang usaha mereka. Mayoritas mereka menggunakan *facebook* hanya untuk *update* status atau melihat status teman *facebook* mereka. Namun mereka memahami bahwa *facebook* bisa digunakan untuk berjual melalui *facebook live*. Seorang ibu menjelaskan bahwa dia belum bisa berjualan melalui *live* karena tidak percaya diri dengan penampilannya saat berjualan ikan, dia juga takut hp mereka kotor.

Materi inti diberikan menggunakan metode ceramah dengan media *power point* yang diselingi dengan praktek langsung di *handphone* mereka. Ada dua materi yang dipaparkan yaitu kewirausahaan dan sosial media untuk pemasaran. Kewirausahaan mengupas persoalan pentingnya berwirausaha, strategi wirausaha, dan manfaat berwirausaha. Pemahaman ini akan menambah wawasan masyarakat untuk lebih berani

berwirausaha demi kemandirian ekonomi keluarganya. Berikut adalah praktek sekaligus sesi tanya jawab, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab Setelah Materi Inti

Gambar diatas merupakan Praktek dan sesi tanya jawab. Kami mempersilahkan kepada para peserta untuk membuka sosial media mereka melalui Hp sekaligus bertanya seputar penggunaan fitur *marketplace* di *facebook* seperti cara membuka *marketplace*, menentukan jenis kategori, mengupload foto jualan, menentukan harga, memberikan judul/nama barang yang dijual atau dipasarkan, menentukan kondisi barang, lokasi, dan menambahkan keterangan tambahan yang menarik serta kontak yang bisa dihubungi langsung, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persentase Pengetahuan Wanita Pesisir

No.	Materi	Jumlah	Persentase
1.	Manfaat sosial media	25	83%
2.	Penggunaan sosial media dalam berwirausaha	10	33%
3.	Komunitas wirausaha melalui sosial media	20	67%
4.	Ciri wirausahawan	5	17%
5.	Minat Wirausaha	15	50%

Hasil evaluasi Pelatihan *Sosmedpreneur* pada Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa 25 orang (83%) telah memahami dengan baik manfaat sosial media, masih sedikit yang benar-benar memahami penggunaan sosila media dalam berwirausaha yaitu 10 orang (33%). 20 orang (67%) telah mengenal komunitas wirausaha melalui sosial media, 5 orang (17%) yang bisa menyebutkan ciri-ciri wirausahawan dan 15 orang (50%) yang memiliki minat terhadap wirausaha. Sedangkan kendala yang dihadapi adalah keterbatasan waktu dengan jumlah peserta yang banyak, namun ruang kegiatan yang kecil membuat kegiatan ini menjadi terbatas. Hal ini diluar dari perkiraan kami sebelumnya.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulannya bahwa Masyarakat menyambut baik pelatihan tersebut dengan saling mengajak sesama istri nelayan. Sebagian besar hasil evaluasi sudah bagus kecuali untuk pengetahuan mereka dalam menggunakan sosial media untuk berwirausaha dan sikap yang harus dimiliki yang menjadi ciri-ciri pewirausaha yang masih terbilang rendah. Hal ini dikarenakan waktu pelatihan yang terbatas sehingga masyarakat belum bisa menyerap ilmu dengan baik terutama praktiknya. Saran ke depannya, bisa dilakukan pelatihan intensif sambil mengajarkan mereka sikap-sikap yang harus dimiliki untuk menjadi pewirausaha yang matang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih tim penulis haturkan kepada *Education and Research For Empowerment (EDURE)* yang telah memfasilitasi PKM dalam bentuk pelatihan ini. Terkhusus kepada Ibu Ketua KWN Fatimah Azzahra yang telah membantu pelatihan yang kami lakukan dan juga kepada masyarakat setempat yang telah ikut serta dalam pelatihan yang kami lakukan. Semoga keterlibatan semua pihak menjadi amal jariyah.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnyani, N. K. S., Sukerti, N. W., & Wisnawa, I. G. Y. (2017). Ibm Kelompok Wanita Nelayan Tianyar Timur. *Widya Laksana*, 4(2), 177–184.
- Apituley, Y. M., Wiyono, E. S., Hubies, M., & Nikijuluw, V. P. (2013). Pendekatan Fungsi Dan Kelembagaan Dalam Analisis Pemasaran Ikan Segar Di Maluku Tengah (Functional And Institutional Approach In Analysis Of Fresh Fish Marketing In The Region Of Central Maluku). *Marine Fisheries: Journal Of Marine Fisheries Technology And Management*, 4(1), 67–74.
- Ardianto, M. R. (2017). Perilaku Sosial Pedagang Handphone/Gadget Di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Daerah Istimewa Yogyakarta. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 1(1), 84–96.
- Arfianto, D. M. (2017). *Penggunaan Gadget Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin)* [Phd Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Arizal, A., Sukmana, R. A., Ulfah, Y., Shaddiq, S., & Zainul, M. (2021). Strategi Pemanfaatan Facebook Marketplace Dalam Manajemen Periklanan. *Syntax Idea*, 3(6), 1278–1289.
- Asiati, D., & Nawawi, N. F. N. (2017). Kemitraan Di Sektor Perikanan Tangkap: Strategi Untuk Kelangsungan Usaha Dan Pekerjaan. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 11(2), 103–118.
- Buan, T., Soewarlan, L. C., & Paulus, C. A. (2022). Curahan Waktu Kerja Ibu Rumah Tangga Pedagang Pengecer Ikan Di Kecamatan Alak, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Bahari Papadak*, 3(1), 81–88.
- Darmawan, I. P. A., Untara, I. M. G. S., & Artiningsih, N. W. J. (2021). Pola Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Program Studi Filsafat Hindu Stah Negeri Mpu Kuturan Singaraja. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 504–519.
- Goso, G., & Anwar, S. M. (2017). Kemiskinan Nelayan Tradisional Serta Dampaknya Terhadap Perkembangan Kumuh. *Jurnal Manajemen Stie Muhammadiyah Palopo*, 3(1).

- Hasan, I. A., Darlin, D., & Hasim, D. (2021). Pengembangan Pengetahuan Berwirausaha Melalui Pelatihan Entrepreneurship Pada Ibu-Ibu Pkk Misberok Kampung Wisata Binsari Kabupaten Biak Numfor. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (Snp2m)*, 443–446.
- Herman, A. (2020). *Corporate Social Responsibility Sebagai Tanggungjawab Konstitusional Perusahaan (Analisis Program Pln Peduli Objek Wisata Silahisabungan Pt Pln (Persero) Unit Induk Wilayah Sumatera Utara Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Sebagai Bentuk Tanggungjawab Konstitusional Bumn)* [Phd Thesis]. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Hindun, I., Mulyono, M., & Husamah, H. (2019). Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Berbasis Solar Cell Untuk Mengatasi Permasalahan Irt Nelayan Sapeken Kabupaten Sumenep. *International Journal Of Community Service Learning*, 3(4), 198–210.
- Hutapea, R., Kohar, A., & Rosyid, A. (2012). Peranan Wanita Nelayan (Istri Nelayan) Jaring Insang Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Desa Bejalen, Perairan Rawa Pening, Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Semarang. *Journal Of Fisheries Resources Utilization Management And Technology*, 1(1), 1–10.
- Kadir, S. A., Subair, N., & Muslimin, A. (2019). Dinamika Sosial Terhadap Rencana Pembangunan Bandara Di Desa Tonggurambang Kecamatan Aesesa Kabupaten Nagekeo Flores Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 7(1), 184–191.
- Kausar, A. (2019). *Dampak Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit Pt. Anugerah Langkat Makmur Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Singkuang* [Phd Thesis]. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Magfiroh, W., & Sofia, S. (2020). Strategi Nafkah Istri Nelayan Buruh Di Desa Pengambengan Kecamatan Negara Kabupaten Jembrana. *Jsep (Journal Of Social And Agricultural Economics)*, 13(1), 73–91.
- Mahmud, T. B., & Wunawarsih, I. A. (2019). Pemanfaatan Sumber Informasi Nelayan Dalam Adaptasi Ekonomi Di Desa Bokori Kecamatan Soropia Kabupaten Konawe. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 4(3), 58–61.
- Mitra Yolanda Pratiwi, M. (2021). *Aktivitas Home Industri Amplang Udang Kharisma Dalam Meningkatkan Ekonomi Kelompok Istri Nelayan Di Kelurahan Concong Luar Kecamatan Concong Kabupaten Indragiri Hilir* [Phd Thesis]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Moriansyah -, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), Article 3. <https://doi.org/10.33299/jpkop.19.3.346>
- Muhsin, M. A., & Pasigai, M. A. (2020). *Peningkatan Kualitas Hidup Dan Perekonomian Masyarakat Pulau Harapan Kecamatan Pulau Sembilan Kabupaten Sinjai Melalau Pendidikan Berbasis Ekonomi Lokal*.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8–14.
- Pambudi, R. S. P. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Marketplace Facebook. *Strategi Pemasaran Dalam Marketplace Facebook*.
- Pinem, E. Y., Widiono, S. W., & Irnad, I. (2019). Kemiskinan Struktural Komunitas Nelayan Di Kelurahan Sumber Jaya, Kecamatan Kampung Melayu, Kota Bengkulu. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 91–112.

- Pratama, R. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Keterampilan Produk Olahan Hasil Perikanan Di Wilayah Yang Terkena Dampak Genangan Jatigede Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Pringgenies, D., Yudiati, E., Nuraeni, R. A. T., & Susilo, E. S. (2017). Pemberdayaan Kelompok Wanita Nelayan Pesisir Pantai Dengan Aplikasi Teknologi Pewarna Alam Limbah Mangrove Jadi Batik Di Mangkang Kecamatan Tugu Semarang. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 83–89.
- Purnomo, D., Lubis, M. R. H., Rakhmadani, D. P., Arum, M. P., & Purbaya, M. E. (2021). Efektivitas Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kemampuan Dan Kinerja Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Eksekutif*, 18(1), 65–74.
- Raodah, R. (2016). Peranan Isteri Nelayan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Lapulu Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. *Al-Qalam*, 19(2), 295–304.
- Ridwan, I., & Wahyudi, D. (2020). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Pengolahan Ikan Lele Dan Diversifikasi Produk Di Umkm Mutiara Timur. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(2).
- Salam, N. E., & Nurjanah, N. (2019). Komunikasi Pariwisata Budaya Dalam Mempromosikan City Branding “Siak The Truly Malay.” *Profesi Humas*, 4(1), 134–154.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *No. Desember*.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Sholeh, M., Triyono, J., & Rachmawati, R. Y. (2020). Pendampingan Kelompok Informasi Masyarakat Dengan Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, 7(2), 158–164.
- Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 22(1), 28–41.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/Lq.V2i1.134>
- Sulman, A. (2021). *Aktualisasi Pemberdayaan Ekonomi Tinjauan Ekonomi Islam Pada Pt. Biota Laut Ganggang Kabupaten Pinrang* [Phd Thesis]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung Asean Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf Ri Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Susanto, A., Sari, C. A., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace Untuk Produk Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42–51.
- Syahrir, Ismira. (2019). *Tebi Kelompok Wanita Nelayan Fatimah Az Zahradan Nuraeni Pendirinya*. Academia.Edu. https://www.academia.edu/8233752/Tebi_Kelompok_Wanita_Nelayan_Fatimah_Az_Zahradan_Nuraeni_Pendirinya
- Tuten, T. L. (2020). *Social Media Marketing*. Sage.
- Wardhana, R., & Tarina, D. D. Y. (2021). Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker Di Marketplace Facebook. *Justitia: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 8(5), 1259–1268.

- Wugaje, F. M., Hadayani, H., & Baksh, R. (2017). Kontribusi Wanita (Istri Nelayan) Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Nelayan Di Kelurahan Lere Kecamatan Palu Barat. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(5), 586–591.
- Yasrizal, Y. (2020). Peningkatan Kesejahteraan Rumah Tangga Nelayan Melalui Pengelolaan Dan Pengembangan Hasil Perikanan Di Meulaboh Provinsi Aceh. *Jurnal Marine Kreatif*, 2(2).
- Yurleni, Y. (2018). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung* [Phd Thesis]. Uin Raden Intan Lampung.