

# Pendampingan dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Inovasi Ikan Bandeng Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat

**<sup>1</sup>Makhrajani Majid, <sup>1</sup>Ayu Andira Anggraini, <sup>2</sup>Sukmah M.S, <sup>2</sup>Andi Muhammad Farid Faqih Tasrik, <sup>2</sup>Muh. Alghifari, <sup>3</sup>Andriani Marshanda, <sup>2</sup>Herawati nas, <sup>3</sup>Akram Nasir, <sup>4</sup>Achmad Natsir, <sup>2</sup>Nur Adzans**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia.

<sup>2</sup>Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia.

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia.

<sup>4</sup>Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia.

Corresponding Author. Email : [ninimakhrajani@gmail.com](mailto:ninimakhrajani@gmail.com)

---

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received : 06-10-2025  
Revised : 11-11-2025  
Accepted : 12-11-2025

### Keywords:

*Pemberdayaan Perempuan  
Ikan Bandeng  
Abon  
Pemasaran Digital  
Kemandirian Ekonomi*

---

## ABSTRACT

**Abstract:** This community service program aimed to enhance the economic independence of coastal women through milkfish processing innovation to create value-added products. The program was conducted in Lampa Village, Duampanua District, Pinrang Regency, involving 20 women from local small business groups. The methods included socialization, technical training in milkfish floss production, workshops on branding and packaging design, digital marketing training using WhatsApp Business, and ongoing business mentoring. Evaluation was carried out through observation, interviews, and pre-post test questionnaires to measure skill improvement and economic impact. The results showed a significant increase in participants' technical and managerial skills. Milkfish processing ability improved from 35% to 85%, packaging skills increased from 25% to 75%, and digital marketing knowledge rose from 20% to 70%. Moreover, participants' household income grew from 15% to 65%, indicating positive economic impact despite being in the early stage. The produced milkfish floss became more hygienic, durable, and attractively packaged, making it marketable. The program also encouraged the formation of a women's business group actively developing local village-based products.

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan pesisir melalui inovasi pengolahan ikan bandeng menjadi produk bernilai tambah. Program dilaksanakan di Desa Lampa, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang dengan melibatkan 20 perempuan anggota kelompok usaha lokal. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan teknis pembuatan abon ikan bandeng, workshop branding dan desain kemasan, pelatihan pemasaran digital menggunakan WhatsApp Business, serta pendampingan usaha. Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan angket pre-post test untuk mengukur peningkatan keterampilan dan dampak ekonomi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan teknis dan pemahaman manajerial peserta. Kemampuan pengolahan ikan bandeng meningkat dari 35% menjadi 85%, keterampilan pengemasan naik dari 25% menjadi 75%, dan pengetahuan pemasaran digital meningkat dari 20% menjadi 70%. Selain itu, pendapatan keluarga peserta naik dari 15% menjadi 65%, menandakan adanya dampak ekonomi positif meskipun masih tahap awal. Produk abon bandeng yang dihasilkan kini lebih higienis, tahan lama, dan dikemas menarik sehingga layak dipasarkan. Program ini juga mendorong terbentuknya kelompok usaha perempuan yang aktif mengembangkan produk lokal unggulan desa.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

## A. LATAR BELAKANG

Perempuan memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi masyarakat, khususnya di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di era globalisasi, peran perempuan dalam pengembangan ekonomi keluarga semakin penting karena mereka tidak hanya berperan sebagai pengelola rumah tangga, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Tantangan yang dihadapi perempuan pelaku usaha kecil di Indonesia antara lain keterbatasan keterampilan teknis, akses pasar yang sempit, serta pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI, 2022). Pemberdayaan berbasis potensi daerah menjadi salah satu pendekatan efektif untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan daya saing perempuan di era digital.

Mitra pengabdian, yaitu kelompok perempuan pesisir di daerah sentra budidaya ikan bandeng, menghadapi beberapa permasalahan spesifik. Pertama, pengolahan ikan bandeng masih dilakukan secara tradisional dan dijual dalam bentuk segar sehingga memiliki nilai jual rendah. Kedua, pengetahuan mengenai inovasi produk olahan, khususnya abon ikan bandeng, sangat terbatas sehingga peluang meningkatkan nilai tambah belum dimanfaatkan. Ketiga, perempuan mitra belum memahami konsep branding dan desain kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya jual produk. Keempat, pemasaran masih dilakukan secara konvensional dan belum memanfaatkan platform digital, padahal WhatsApp dapat menjadi media promosi dan penjualan yang mudah diakses. Kondisi ini menyebabkan pendapatan keluarga belum optimal dan kemandirian ekonomi masyarakat sulit tercapai.

Beberapa penelitian dan pengabdian sebelumnya mendukung pentingnya intervensi pada sektor ini. Syamsuri dan Nurdiana (2020) melaporkan bahwa pelatihan pengolahan ikan bandeng menjadi produk inovatif, seperti bandeng presto dan abon, mampu meningkatkan pendapatan keluarga nelayan sebesar 30-40% dalam enam bulan. Penelitian oleh Suprapti (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital melalui WhatsApp Business efektif membantu UMKM skala rumah tangga menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan hingga 50%. Selain itu, kebijakan pemerintah melalui Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 17 Tahun 2021 menekankan pentingnya pengembangan produk perikanan bermilai tambah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Dukungan lain datang dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2022) yang menegaskan pentingnya penguatan kapasitas ekonomi perempuan melalui pelatihan kewirausahaan dan akses teknologi.

Hasil penelitian tim pengabdi sebelumnya juga memperlihatkan bahwa pelatihan produk olahan ikan laut yang dipadukan dengan strategi branding dan kemasan modern mampu meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas pangsa

pasar lokal (Rahmawati, 2022). Temuan ini selaras dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menekankan bahwa identitas merek yang kuat serta kemasan yang menarik adalah faktor penting dalam meningkatkan nilai jual produk dan membangun loyalitas pelanggan. Dengan demikian, pengabdian yang mengombinasikan pengolahan ikan bandeng, penguatan branding, dan pemasaran digital menjadi solusi yang relevan dan berbasis bukti.

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi: (1) pelatihan teknis pengolahan ikan bandeng menjadi abon dengan memperhatikan higienitas dan keamanan pangan; (2) pendampingan pembuatan merek dagang (branding), pembuatan logo, serta desain kemasan informatif dan menarik; (3) pelatihan pemasaran digital menggunakan WhatsApp Business, termasuk pembuatan katalog produk, pesan promosi yang persuasif, dan strategi pelayanan pelanggan; serta (4) monitoring dan evaluasi untuk memastikan keterampilan yang diajarkan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Pendekatan ini dirancang partisipatif agar peserta aktif terlibat dan mampu mengelola usaha secara mandiri setelah program berakhir.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi perempuan melalui inovasi pengolahan ikan bandeng menjadi produk abon bernilai tambah, memperkuat identitas merek dan kemasan produk agar lebih kompetitif, serta mengoptimalkan pemanfaatan pemasaran digital melalui WhatsApp. Dengan tercapainya tujuan ini, diharapkan perempuan di wilayah pesisir mampu meningkatkan pendapatan keluarga, mengembangkan UMKM lokal, serta memperkuat perekonomian masyarakat secara berkelanjutan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

### **1. Kegiatan Dosen dan Mahasiswa**

Program pengabdian ini dilaksanakan oleh tim dosen melalui serangkaian kegiatan berupa penyuluhan, pelatihan teknis, sosialisasi, workshop, pendampingan berkelanjutan, serta praktikum pengolahan ikan bandeng menjadi produk abon. Kegiatan ini juga didukung oleh mahasiswa yang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat. Mahasiswa berperan aktif dalam membantu proses pelatihan teknis, pendampingan digitalisasi pemasaran, pembuatan media promosi, serta melakukan pendataan dan pengukuran dampak kegiatan pada mitra. Sinergi antara dosen dan mahasiswa diharapkan mampu memberikan transfer pengetahuan yang optimal dan menciptakan suasana belajar yang interaktif.

### **2. Profil Mitra**

Mitra pengabdian adalah kelompok perempuan pesisir yang berdomisili di Desa Lampa, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Kelompok ini beranggotakan 20 orang perempuan yang sebagian besar berprofesi sebagai istri nelayan. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar anggota mitra hanya menjual ikan bandeng dalam kondisi segar dengan harga jual rendah dan belum memiliki keterampilan mengolah ikan menjadi produk bernilai tambah. Selain itu, pemahaman mengenai branding, desain kemasan yang menarik, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran masih sangat terbatas. Mitra dipilih karena memiliki potensi sumber daya ikan bandeng yang melimpah, namun belum diolah secara optimal untuk meningkatkan pendapatan keluarga.

### **3. Langkah-Langkah Pelaksanaan**

#### **a. Pra Kegiatan**

Tahap awal kegiatan dilakukan dengan pemetaan potensi dan kebutuhan mitra melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan di Desa Lampa, Kecamatan Duampanua. Tim dosen dan mahasiswa melakukan survei awal untuk mengetahui kemampuan peserta dalam mengolah ikan bandeng, pengetahuan mengenai teknik pengemasan dan pemasaran, serta kesiapan menggunakan teknologi digital. Pada tahap ini juga dilakukan sosialisasi program untuk menjelaskan tujuan kegiatan, manfaat yang diharapkan, serta bentuk pendampingan yang akan diterima. Sosialisasi dilakukan di Kantor Desa Lampa dengan melibatkan pemerintah desa dan tokoh masyarakat untuk meningkatkan dukungan terhadap program.

#### **b. Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara interaktif dan berbasis praktik langsung. Peserta dilibatkan dalam setiap tahap pembuatan abon bandeng, mulai dari pembersihan ikan, proses pengolahan, penambahan bumbu, pengeringan, hingga pengemasan. Dalam sesi workshop branding, peserta dibimbing membuat nama merek, logo produk, serta desain kemasan yang informatif dan menarik. Pada sesi pemasaran digital, peserta diajarkan memanfaatkan WhatsApp untuk promosi produk, pembuatan katalog digital, pengaturan balasan otomatis, dan penyusunan pesan promosi yang persuasif. Mahasiswa KKN mendampingi peserta dalam membuat konten promosi sederhana, termasuk pengambilan foto produk yang menarik untuk media sosial dan status WhatsApp.

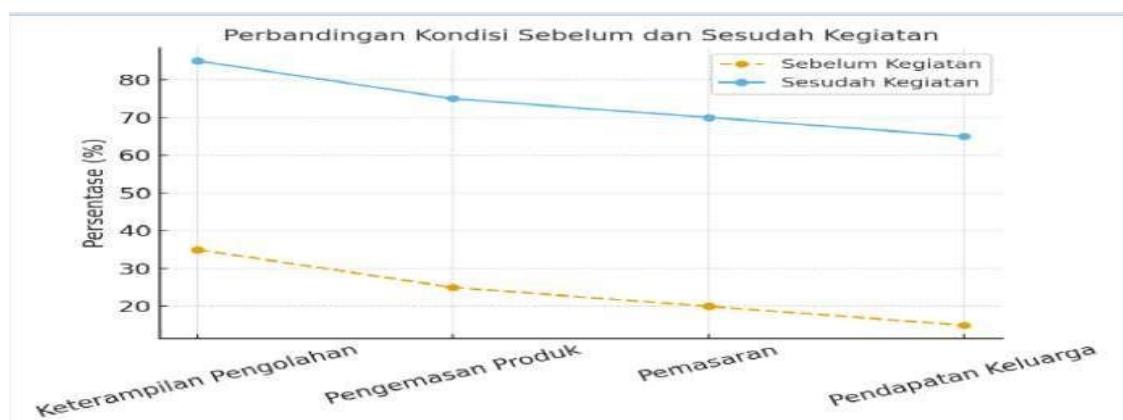
### c. Monitoring dan Evaluasi

Proses monitoring dilakukan sepanjang kegiatan melalui observasi langsung dan diskusi kelompok untuk memastikan peserta memahami materi yang diberikan. Evaluasi proses dilaksanakan dengan angket kepuasan peserta dan pre-post test untuk mengukur peningkatan pengetahuan serta keterampilan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan evaluasi pasca kegiatan satu bulan setelah program berakhir. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dan observasi lapangan di Desa Lampa, Kecamatan Duampanua untuk menilai penerapan keterampilan yang telah diajarkan, kualitas produk abon bandeng yang dihasilkan, penggunaan kemasan bermerek, serta pemanfaatan WhatsApp sebagai media pemasaran. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi perbaikan dan pendampingan lanjutan agar usaha yang dirintis dapat berkembang secara berkelanjutan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Lampa berlangsung dengan baik dan mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah desa, tokoh masyarakat, serta kelompok perempuan yang menjadi sasaran program. Kegiatan berjalan sesuai dengan tahapan yang direncanakan mulai dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan teknis, hingga evaluasi, dengan hasil perbandingan kondisi sebelum dan setelah kegiatan dilakukan. Seperti yang tersaji pada Gambar1.



Gambar 1: Perbandingan sebelum dan setelah kegiatan dilakukan

Grafik ini menunjukkan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelatihan pembuatan abon ikan bandeng di Desa Lampa pada empat aspek: keterampilan pengolahan, kemampuan pengemasan, pengetahuan pemasaran, dan peningkatan pendapatan keluarga. Semua aspek mengalami peningkatan signifikan, dengan keterampilan pengolahan naik dari 35% menjadi 85%.

Kemampuan pengemasan meningkat dari 25% menjadi 75%, menandakan peserta memahami pentingnya kemasan yang higienis dan menarik, sehingga menaikkan nilai jual produk. Pengetahuan pemasaran juga bertambah dari 20% menjadi 70%, membuktikan pemahaman peserta dalam memasarkan produk melalui media sosial dan promosi langsung.

Pendapatan keluarga naik dari 15% menjadi 65%, menunjukkan usaha abon ikan bandeng mulai memberikan tambahan penghasilan nyata. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis dan memperkuat ekonomi keluarga, sekaligus memberdayakan perempuan dan mendorong pengembangan produk unggulan desa.

#### 4. Proses Kegiatan

##### A. Edukasi Dalam Pemelihian bahan baku

###### a. Kualitas Kesegaran Ikan

Ikan bandeng yang digunakan harus dalam kondisi segar, ditandai dengan mata yang jernih, insang berwarna merah cerah, daging kenyal, dan tidak berbau busuk. Edukasi ini penting agar masyarakat memahami bahwa kesegaran bahan baku berpengaruh langsung terhadap cita rasa, tekstur, dan ketahanan produk.



Gambar 2. Proses Pengolahan Bahan Baku

###### b. Ukuran dan Berat Ikan

Ikan bandeng dengan ukuran sedang hingga besar lebih sesuai dijadikan bahan baku abon karena memiliki daging yang lebih tebal dan mudah diolah. Dengan edukasi ini, masyarakat dapat memilih ikan yang tepat sehingga proses produksi menjadi lebih efisien.



Gambar 3. Pemilihan ukuran dan pembersihan ikan

##### B. Pelatihan Pembuatan Abon Ikan Bandeng

Pelatihan pembuatan abon ikan bandeng merupakan sebuah kegiatan edukatif yang dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada masyarakat, khususnya kelompok perempuan, dalam mengolah ikan bandeng menjadi produk olahan bernilai tambah.



Gambar 4 : Proses pembuatan Abon Ikan bandeng

##### C. Proses Branding

Proses branding merupakan suatu upaya strategis yang dilakukan untuk membangun identitas, citra, dan nilai suatu produk di mata konsumen. Branding

tidak hanya berkaitan dengan pemberian nama atau desain logo, tetapi lebih luas lagi mencakup bagaimana sebuah produk dipersepsikan, diingat, dan dipercaya oleh masyarakat. Dalam konteks produk olahan pangan seperti abon ikan bandeng, proses branding menjadi sangat penting karena dapat membedakan produk lokal dari produk sejenis lainnya yang beredar di pasaran. Branding membantu menciptakan kesan pertama yang kuat, memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, serta mendorong loyalitas pembeli.



Gambar 5 : Proses Branding Produk Abon Ikan Bandeng

#### D. Proses packaging

Proses packaging atau pengemasan merupakan tahapan penting dalam menghasilkan produk yang tidak hanya aman dikonsumsi, tetapi juga menarik di mata konsumen. Packaging berfungsi melindungi produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, dan pengaruh lingkungan, sekaligus menjadi media informasi dan promosi yang dapat meningkatkan nilai jual produk



Gambar 6: Proses Pangkaging Produk abon Ikan Bandeng

#### E. Proses Pemasaran

Proses pemasaran merupakan tahapan penting untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sekaligus memastikan produk dapat diterima dan bersaing di pasar. Pemasaran tidak hanya sebatas menjual produk, tetapi juga membangun hubungan dengan konsumen, menciptakan citra positif, serta memperluas jangkauan pasar. Dalam pengembangan abon ikan bandeng sebagai produk unggulan Desa Lampa, strategi pemasaran dilakukan melalui berbagai saluran, baik digital maupun konvensional, sebagai berikut:

##### 1. Pemasaran melalui WhatsApp

WhatsApp menjadi media pemasaran yang efektif karena langsung menjangkau konsumen secara personal. Media ini sangat sesuai untuk usaha rumahan yang ingin memperluas pasar dengan cara sederhana, cepat, dan tanpa biaya besar.

##### 2. Pemasaran melalui Pameran Produk di Kampus

Pameran produk di kampus menjadi peluang strategis untuk memperkenalkan abon ikan bandeng kepada mahasiswa, dosen, dan civitas akademika. Selain memperluas jaringan konsumen, kegiatan pameran juga

memberikan kesempatan untuk memperoleh masukan langsung mengenai kualitas produk, desain kemasan, dan strategi promosi. Dengan mengikuti kegiatan pameran, produk abon ikan bandeng juga mendapatkan legitimasi akademis, karena dipromosikan di lingkungan perguruan tinggi yang mendukung pengembangan kewirausahaan berbasis inovasi.



Gambar 7: Proses Pemasaran Produk Olahan Ikan Bandeng Menjadi Abon

## 5. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring selama pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi langsung terhadap partisipasi dan penerapan materi oleh peserta. Tim pengabdian melakukan pengamatan pada setiap tahapan kegiatan untuk memastikan peserta memahami dan dapat mengaplikasikan pelatihan yang diberikan. Observasi ini mencakup keterampilan teknis pengolahan ikan, cara pengemasan produk, serta proses pemasaran yang sedang dijalankan.

Evaluasi ini membuktikan efektivitas kegiatan dalam meningkatkan kapasitas teknis dan ekonomi peserta melalui pendekatan pelatihan yang dilakukan. Hasil monitoring dan evaluasi menjadi dasar bagi tim untuk memberikan rekomendasi pendampingan lanjutan agar hasil yang dicapai dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

## 6. Kendala yang Dihadapi atau Masalah Lain yang Terekam

Secara keseluruhan, kendala yang muncul dapat diatasi dengan pendampingan intensif, solusi praktis yang disesuaikan dengan kondisi mitra, serta dukungan mahasiswa KKN. Tantangan utama terletak pada keterbatasan pengetahuan digital dan sarana produksi yang masih terbatas, namun dapat diatasi dengan pembimbingan personal, kerja kelompok, serta pemberian referensi teknologi yang sesuai.

## B. SIMPULAN DAN SARAN

Melalui pelatihan pembuatan abon ikan bandeng, pengemasan, pemasaran digital, dan pendampingan usaha, kelompok perempuan mengalami peningkatan keterampilan teknis dan manajerial. Produk abon yang dihasilkan kini lebih higienis, tahan lama, dan dikemas menarik, sehingga layak dipasarkan. Program ini mendorong terbentuknya kelompok usaha perempuan yang aktif mengembangkan produk lokal unggulan desa. Terdapat peningkatan pendapatan keluarga peserta, meskipun masih tahap awal, namun menjanjikan sebagai sumber ekonomi baru berbasis potensi lokal.

Pendampingan lanjutan perlu dilakukan secara berkala untuk menjaga konsistensi kualitas produk abon bandeng dan keberlanjutan usaha kelompok perempuan. Pemerintah desa dan instansi terkait disarankan memberikan dukungan modal usaha atau akses peralatan produksi agar kapasitas produksi dapat ditingkatkan. Peserta dianjurkan untuk memperluas pemasaran digital melalui media sosial lain selain WhatsApp, seperti Facebook dan Instagram, untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Lurah Desa Lampa beserta seluruh jajaran aparat desa yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh warga Desa Lampa, khususnya kelompok perempuan, yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Tak lupa, penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Parepare atas dukungan, arahan, serta fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

## REFERENSI

- Abdullah, M., Rahim, S., & Syahrir, S. (2020). Empowering coastal women through fish-based product innovation to improve family income. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 112-120. <https://doi.org/10.22146/jpkm.2020.112>.
- Andriani, R., & Handayani, T. (2019). Peningkatan kapasitas perempuan pesisir melalui pelatihan pengolahan hasil laut. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(3), 45-53.
- Arsyad, L., & Hasan, R. (2018). Pelatihan pengolahan ikan bandeng untuk pemberdayaan ekonomi perempuan nelayan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pesisir*, 3(1), 22-30.
- Fajri, S., & Wahyuni, D. (2020). Digital marketing for small enterprises: The case of WhatsApp Business adoption. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 39(4), 365-378. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2020.100291>.
- Fitriani, D., & Nur, A. (2021). Dampak pelatihan kewirausahaan digital terhadap UMKM berbasis perikanan. *Jurnal Abdimas Kesejahteraan Sosial*, 4(2), 89-96.
- Hafid, R., & Malik, S. (2022). Pengembangan produk olahan ikan bandeng melalui inovasi kemasan dan pemasaran digital. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15-24.
- Hasanah, U., & Puspitasari, E. (2020). Pemberdayaan perempuan pesisir melalui pelatihan pengolahan hasil laut bernilai ekonomi. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 144-152.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawati, S., & Widodo, H. (2021). Strategi pemasaran digital UMKM perikanan dalam meningkatkan daya saing produk lokal. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 230-240.
- Mulyati, N., & Rahmawati, E. (2019). Dampak branding dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk pangan lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 98-107.
- Nurhayati, S., & Saputra, R. (2022). Pelatihan pengemasan dan pemasaran produk olahan ikan bagi perempuan pesisir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Berkelanjutan*, 4(3), 199-207.
- Rahmawati, E. (2022). Peningkatan daya saing produk olahan ikan melalui inovasi kemasan dan pemasaran digital. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 87-94.
- Rini, D., & Hidayat, S. (2020). Digitalisasi usaha mikro melalui platform WhatsApp Business: Studi pada kelompok usaha perempuan. *Jurnal Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 8(1), 65-73.
- Syamsuri, M., & Nurdiana, L. (2020). Pemberdayaan perempuan melalui inovasi produk perikanan di wilayah pesisir. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Maritim*, 5(2), 101-110.
- Wardani, R., & Sari, A. (2021). Pelatihan kewirausahaan perempuan berbasis sumber daya lokal dalam meningkatkan pendapatan keluarga. *Jurnal Abdimas dan*