



Ketahanan Ekonomi Berbasis Perempuan: Inovasi Pengolahan Ikan Tongkol di Nusa Penida

Ni Ketut Laswitarni¹, Maria Fransiska Br Ginting², Tettie Setiyarti^{1✉},
Ida Bagus Swaputra¹, Ida Ayu Trisna Wijayanthi¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Handayani, Bali, Indonesia

²Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

✉Corresponding Address: tettie.setiyarti84@gmail.com

<i>Received</i> 01-09-2025	<i>Revised</i> 18-09-2025	<i>Accepted</i> 06-10-2025
-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada komunitas pesisir di Nusa Penida, Bali, khususnya Kelompok Usaha Perempuan (KUP) Nusa Mandiri yang terdiri dari 14 ibu rumah tangga. Mata pencaharian mereka bergantung pada penjualan ikan tongkol segar dengan produksi harian 10 kg dan pendapatan kotor Rp 400.000. Namun, mereka menghadapi tantangan besar, yaitu diversifikasi produk yang terbatas (hanya ikan segar, rebus, atau bakar) yang sering berujung pada kerugian stok, pembukuan manual yang tidak rapi sehingga menghambat akses pembiayaan, serta pemasaran konvensional yang membatasi jangkauan pasar. Program ini hadir untuk menjawab rendahnya ketahanan ekonomi perempuan pesisir di wilayah yang sangat bergantung pada pariwisata yang rentan. Pemberdayaan melalui pengolahan ikan tongkol dibutuhkan untuk mendiversifikasi pendapatan sekaligus mendukung pencapaian SDGs. Dengan pendekatan partisipatif melalui *Focus Group Discussions* (FGD) dan *Participatory Research Action* (PRA), program melatih anggota dalam diversifikasi produk, pencatatan keuangan, pengemasan, dan pemasaran digital. Evaluasi menunjukkan kemajuan signifikan: pengetahuan dan keterampilan peserta meningkat dari 9,52 persen menjadi 99,21 persen, dengan perubahan kualitatif berupa kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menjalankan usaha, semangat mengembangkan produk baru seperti abon dan kerupuk ikan, serta solidaritas kelompok yang lebih kuat. Luaran program mencakup peningkatan kapasitas teknis dan manajerial, modul pelatihan, publikasi media, dan konten YouTube sebagai sarana pembelajaran. Didukung pendanaan DPPM dan STIMI Handayani sebagai mitra jangka panjang, program ini memberikan dampak nyata berupa peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi. Selain itu, program ini juga menawarkan model yang dapat direplikasi untuk komunitas pesisir lainnya serta berkontribusi pada pencapaian SDGs terkait kesetaraan gender dan mata pencaharian berkelanjutan.

Kata kunci: Diversifikasi Produk; Literasi Keuangan Perempuan; Pemasaran Digital Perikanan; Pemberdayaan Partisipatif Pesisir; Ketahanan Ekonomi

ABSTRACT

This community service program focuses on the coastal community of Nusa Penida, Bali, particularly the Nusa Mandiri Women's Group (KUP), which consists of 14 housewives. Their main income comes from selling fresh tuna, producing 10 kg per day with a gross income of Rp 400,000. Yet, they face key challenges: limited product diversification (only fresh, boiled, or grilled fish) that often leads to stock losses, messy manual bookkeeping that blocks access to financing, and conventional marketing that

limits their market reach. The program responds to the low economic resilience of coastal women in an area highly dependent on fragile tourism. Empowerment through tuna processing is needed to diversify income and support the SDGs. Using a participatory approach with Focus Group Discussions (FGD) and Participatory Research Action (PRA), the program trained members in product diversification, financial recording, packaging, and digital marketing. Evaluation showed strong progress: knowledge and skills increased from 9,52 percent to 99,21 percent, while qualitative changes included greater confidence in managing businesses, enthusiasm for new products such as fish floss and crackers, and stronger group solidarity. The outputs include improved technical and managerial skills, training modules, media publications, and YouTube content as learning resources. With funding from DPPM and long-term support from STIMI Handayani, the program has delivered real impact in the form of higher income and stronger economic independence. It also offers a model that can be replicated in other coastal communities and contributes to SDGs on gender equality and sustainable livelihoods.

Keywords: *Product Diversification; Women's Financial Literacy; Digital Marketing in Fisheries; Participatory Coastal Empowerment; Economic Resilience*

PENDAHULUAN

Di Nusa Penida, UMKM lahir dari perpaduan pariwisata booming dan tradisi pesisir: kelautan, perikanan, dan budidaya rumput laut. Sinergi ini menumbuhkan kewirausahaan yang berpijak pada tradisi namun terbuka pada inovasi (Ardika et al., 2021). Keberagaman UMKM mencakup *homestay*, transportasi lokal, kafe, restoran, nelayan, dan petani rumput laut. Wisatawan menikmati *Crystal Bay* sementara petani mengeringkan rumput laut. Variasi ini memperkuat daya saing dengan memadukan praktik lama dan kebutuhan pasar baru (Suryadi et al., 2022).

Tantangan klasik tetap ada, yaitu keterbatasan modal, akses pembiayaan yang sulit, dan keterampilan manajerial yang terbatas (Beck & Demirguc-Kunt, 2006). Nelayan kesulitan mengajukan pinjaman, padahal hasil laut bisa diolah menjadi produk bernilai tambah. Tanpa modal dan pelatihan, peluang sering terlewat (Beck & Demirguc-Kunt, 2006; Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), 2020). Pariwisata pun rentan terhadap guncangan eksternal. Saat pandemi COVID-19 menghentikan kunjungan wisatawan total, sektor kelautan dan pertanian menjadi penyelamat dan menyadarkan pentingnya diversifikasi ekonomi (Gössling et al., 2020).

Di sisi lain, kekuatan komunitas ikut menopang. Kelompok nelayan, komunitas perempuan pengolah rumput laut, dan asosiasi pariwisata berbagi pengetahuan untuk memperkuat UMKM (Ardika et al., 2021; Fukuyama, 1995). Di Toyapakeh, kelompok perempuan bahkan mengolah rumput laut menjadi produk ramah lingkungan seperti sedotan, memperkuat identitas lokal sekaligus mendukung pengurangan plastik (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Modal sosial berupa kepercayaan, gotong royong, dan kolaborasi menciptakan bantalan saat krisis (Putnam, 2000).

Peran pemerintah tetap penting: program pelatihan, akses pembiayaan inklusif, pinjaman mikro, dan penguatan keterampilan digital agar UMKM bisa bersaing global (OECD, 2021). Namun pariwisata cepat membawa dampak lingkungan seperti sampah plastik, tekanan air bersih, dan ancaman ekosistem (Suryadi et al., 2022). Di sini, UMKM berbasis ekonomi sirkuler menjadi bukti bahwa ekonomi lokal dan keberlanjutan bisa berjalan beriringan (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Masa depan Nusa Penida ditentukan oleh kemampuan membangun ekonomi yang tangguh dan beragam. Diversifikasi membuat pulau lebih siap menghadapi perubahan global, krisis kesehatan, dan tantangan lingkungan (Tambunan, 2019). Dengan dukungan komunitas, akses pembiayaan, dan inovasi berkelanjutan, UMKM berpotensi membawa Nusa Penida menuju masa depan yang lebih tangguh, adil, dan berkelanjutan (Tambunan, 2019).

KUP Nusa Mandiri: Tiga Tantangan Utama yang Dihadapi

Di Nusa Penida, sebuah inisiatif pemberdayaan masyarakat telah menemukan fokusnya pada Kelompok Usaha Perempuan (KUP) Nusa Mandiri, mitra kunci dalam sebuah program pengabdian masyarakat. Didirikan pada bulan Juli 2024 di bawah kepemimpinan Ni Wayan Merthi, kelompok ini beranggotakan 14 ibu rumah tangga yang memiliki semangat kewirausahaan. Mereka mengelola usaha pengolahan dan penjualan ikan tongkol, sebuah kegiatan yang berakar kuat pada sumber daya laut lokal.

Kelompok ini menunjukkan produktivitas yang mengesankan, dengan rata-rata harian produksi mencapai sepuluh kilogram ikan tongkol. Dari jumlah tersebut, lima kilogram diolah menjadi produk olahan seperti ikan pindang dan ikan bakar, sementara sisanya dijual dalam kondisi segar. Pemasaran produk mereka dilakukan secara langsung di pasar tradisional setempat, sebuah strategi yang membangun koneksi erat dengan komunitas. Dari aktivitas harian ini, KUP Nusa Mandiri mampu menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp 400.000 per hari, sebuah angka yang secara signifikan membantu perekonomian keluarga anggotanya. Meski demikian, evaluasi program menunjukkan bahwa terdapat peluang besar untuk meningkatkan pendapatan melalui diversifikasi produk.

Dari pengamatan kondisi KUP Nusa Mandiri, ada tiga tantangan utama yang memang harus segera ditangani. Pertama, soal diversifikasi produk yang masih terbatas. Selama ini mereka hanya menjual ikan tongkol dalam bentuk segar, pindang, atau bakar saja. Masalahnya cukup serius, karena kalau tidak cepat laku, ikan pasti rusak mengingat umur simpannya yang pendek. Artinya, kelompok ini bisa mengalami kerugian hanya karena stok tidak terjual habis. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa nelayan skala kecil di Indonesia sering menghadapi kendala dalam mengoptimalkan nilai produk perikanan mereka karena keterbatasan akses teknologi pengolahan dan pasar (*Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)*, 2020).

Kedua, ada persoalan manajemen keuangan yang masih dikerjakan secara manual. Tanpa pencatatan yang tertib, maka akan sulit menghitung untung rugi dengan tepat, sehingga sering ragu dengan kondisi usaha mereka sendiri. Pada akhirnya hal tersebut membuat mereka kesulitan menyusun perencanaan keuangan, menentukan modal kerja yang dibutuhkan, bahkan terbatas dalam mengakses pembiayaan formal karena tidak memiliki laporan keuangan yang bisa dipertanggungjawabkan. Penelitian tentang UMKM perempuan di Indonesia

menegaskan betapa pentingnya literasi keuangan dan adopsi teknologi untuk meningkatkan inklusi keuangan serta kinerja usaha (Tubastuvi & Purwidiyanti, 2023).

Ketiga, masalah pemasaran yang masih terbatas jangkauannya. Meski produk sudah masuk pasar tradisional, namun cara promosinya masih konvensional. Mereka belum mencoba pemasaran digital secara serius, sehingga jangkauan konsumennya kecil dan sulit bersaing dengan produk serupa yang memiliki promosi lebih kuat. Hal ini menjadi perhatian penting mengingat perikanan skala kecil di Indonesia melibatkan sekitar 90% dari total nelayan dan memberikan lapangan kerja signifikan bagi masyarakat pesisir (Sari et al., 2021).

Strategi Solusi: Diversifikasi, Digitalisasi, dan Pemberdayaan

Untuk menghadapi tantangan tersebut, ada beberapa langkah strategis yang bisa diterapkan. Di sisi produk, tim pengabdian memperkenalkan diversifikasi melalui pengolahan ikan tongkol menjadi abon ikan dan kerupuk ikan. Kedua produk olahan ini dipilih karena memiliki nilai jual yang lebih tinggi, daya tahan yang lebih lama, dan bisa dipasarkan hingga ke luar Nusa Penida. Pendekatan ini sejalan dengan upaya transformasi perikanan Indonesia menuju keberlanjutan jangka panjang, di mana nilai tambah produk perikanan menjadi kunci penting (Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), 2020). Diversifikasi produk olahan hasil laut terbukti efektif meningkatkan pendapatan nelayan dan pelaku usaha pesisir, seperti yang ditunjukkan dalam berbagai program pengabdian di Indonesia (Damanik et al., 2017; Hartati et al., 2020). Abon ikan memiliki umur simpan yang panjang dan cocok sebagai lauk praktis, sementara kerupuk ikan mudah diterima berbagai kalangan dan berpotensi menjadi oleh-oleh khas daerah. Dengan produk-produk ini, kelompok tidak lagi bergantung sepenuhnya pada penjualan ikan segar yang memiliki batas waktu singkat.

Selain itu, anggota kelompok juga mendapat pelatihan teknik pengolahan pasca panen, termasuk cara menjaga kualitas rasa, kebersihan, dan kemasan yang lebih menarik agar dapat menarik minat konsumen. Pelatihan semacam ini penting mengingat tantangan yang dihadapi komunitas pesisir dalam mengembangkan mata pencaharian perikanan berkelanjutan di Indonesia (Stacey et al., 2021). Program pelatihan pengolahan hasil laut yang melibatkan kelompok perempuan pesisir telah menunjukkan dampak positif terhadap kemandirian ekonomi dan keterampilan wirausaha.

Di bidang keuangan, pendampingan mencakup pelatihan pencatatan sederhana agar anggota bisa memantau arus kas harian mereka. Mulai dari pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pembuatan buku kas harian, hingga penyusunan laporan laba rugi sederhana, semuanya dirancang agar mereka lebih percaya diri dalam membaca kondisi usaha. Ke depannya, mereka juga akan dikenalkan dengan aplikasi pembukuan berbasis digital agar prosesnya lebih efisien, transparan, dan siap mendukung akses pembiayaan. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dan inklusi keuangan dapat memperkuat kinerja UMKM perempuan (Tubastuvi & Purwidiyanti, 2023). Program literasi keuangan dan pencatatan usaha sederhana terbukti

meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM, khususnya di kalangan perempuan (Alinsari, 2020; Cahyadi & Suryantari, 2024).

Sementara itu, di bidang pemasaran, pelatihan difokuskan pada dua jalur, yaitu memperkuat posisi di pasar tradisional sekaligus membuka akses ke pasar digital. Anggota diajak memanfaatkan media sosial sederhana untuk promosi dan belajar branding produk yang konsisten. Dengan kombinasi strategi ini, abon ikan dan kerupuk ikan memiliki peluang besar untuk menjadi oleh-oleh khas Nusa Penida atau bahkan dapat dikirim ke luar daerah melalui jaringan lokal. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan konsumen, tetapi juga meningkatkan citra mereka sebagai pelaku UMKM perempuan yang kreatif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Penggunaan media sosial dan strategi pemasaran digital dalam program pengabdian telah terbukti meningkatkan penjualan produk UMKM secara signifikan (Aisyah & Rachmadi, 2022; Anggraeny et al., 2021).

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif (Chambers, 2017) dengan keyakinan bahwa pemberdayaan akan berhasil jika masyarakat ditempatkan sebagai subjek utama, bukan sekadar penerima manfaat. Pendekatan ini menumbuhkan rasa memiliki yang penting bagi keberlanjutan, sejalan dengan literatur pembangunan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif kelompok sasaran ketimbang sekadar alokasi dana atau transfer teknologi (Hickey & Mohan, 2019).

Mitra utama dalam kegiatan PMP ini adalah Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri, beranggotakan 14 ibu rumah tangga berusia 25–55 tahun yang bergerak di usaha perikanan skala kecil di Nusa Penida, dengan pengalaman minimal satu tahun dalam pengolahan ikan tongkol. Mereka diposisikan sebagai aktor utama yang terlibat dalam perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Tim mengombinasikan *Focus Group Discussion* (FGD) dan *Participatory Research Action* (PRA) untuk menjembatani pengetahuan ilmiah fasilitator dengan kearifan lokal (Krueger & Casey, 2014). FGD dipakai untuk menggali persoalan sehari-hari secara kolektif, menciptakan suasana egaliter di mana anggota bisa menetapkan prioritas sendiri. Dari sini, masalah terpetakan langsung dari pengalaman mereka, sekaligus membangun kesadaran bersama dan menggeser peran anggota dari objek menjadi subjek solusi. PRA melengkapinya dengan melibatkan anggota di seluruh tahap, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Dengan begitu, keputusan lahir dari musyawarah, menggabungkan teori dengan realitas lokal, dan hasilnya lebih relevan (Kabeer, 2020).

Melalui FGD, kelompok mengidentifikasi keterbatasan utama seperti minimnya keterampilan pengolahan ikan, lemahnya pencatatan keuangan, serta pasar yang terbatas. PRA kemudian membantu mereka merumuskan pelatihan pengolahan ikan tongkol, pendampingan manajerial, dan strategi pemasaran digital yang sesuai kebutuhan. Hasilnya bukan hanya peningkatan kapasitas internal, tetapi juga

tumbuhnya rasa percaya diri dan kepercayaan antara tim dan kelompok, yang penting untuk memastikan pengetahuan bisa diterapkan.

Program dilaksanakan selama 2 bulan, dari Juni hingga Juli 2025, dengan rangkaian kegiatan berikut: sosialisasi dialogis (5 Juni, 1 hari); FGD identifikasi masalah (10–11 Juni, 2 hari); pelatihan teknis mengolah ikan tongkol menjadi abon dan kerupuk, mencakup resep, teknik produksi, kebersihan, dan peralatan (15–17 Juni, 3 hari) (Kayes, 2002); pendampingan pengemasan untuk citra produk (22–23 Juni, 2 hari); pelatihan manajerial pembukuan sederhana, pencatatan kas, inventaris, dan laporan laba rugi (28–29 Juni, 2 hari) (Beck et al., 2015; Drury, 2018); serta pendampingan pemasaran digital via *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*, termasuk *branding* (5–6 Juli, 2 hari) (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Monitoring singkat dilakukan setiap minggu sepanjang Juni–Juli.

Evaluasi dilakukan di awal (kuesioner dengan 9 indikator pengetahuan dasar) dan di akhir (kuesioner serupa, observasi, dan wawancara semi-struktural) (Creswell & Creswell, 2017). Keberhasilan diukur dari kehadiran penuh semua peserta, peningkatan pengetahuan dari 9,52% ke 99,21%, tingkat kepuasan di atas 90%, serta diversifikasi produk minimal 5 kg per hari pasca-pelatihan.

Tim pelaksana terdiri dari Ni Ketut Laswitarni sebagai koordinator, Maria Fransiska Br Ginting di pengolahan ikan, Tettie Setiyarti di manajemen keuangan dan pemasaran, serta dua mahasiswa, Wayan Sri Haryani dan Henrika Yenima Tritanti Gulo, yang terlibat di FGD, dokumentasi, pendampingan, dan laporan (konversi 3 SKS masing-masing untuk mata kuliah Penganggaran dan Perilaku Keorganisasian).

Exit strategy mencakup penyerahan modul pelatihan dan konten YouTube sebagai referensi mandiri, serta komitmen STIMI Handayani untuk monitoring pasca-program (Agustus–Desember 2025) melalui kunjungan bulanan, konsultasi daring, dan evaluasi lanjutan (Edwards & Hulme, 1992). Meski dana DPPM terbatas, keberlanjutan tetap dijaga lewat dukungan internal kampus sebagai mitra jangka panjang.

Secara keseluruhan, kombinasi FGD dan PRA membuat program ini inklusif, sesuai konteks Nusa Penida, memperkuat keterampilan anggota, memberi pengalaman belajar bagi mahasiswa, dan menumbuhkan usaha olahan ikan yang tangguh untuk menopang ekonomi keluarga sekaligus mendorong keberlanjutan lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program ini dimulai dengan sosialisasi program yang kemudian dilanjutkan dengan FGD. Sosialisasi awal ini sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dan menyamakan persepsi antara tim pengabdian dengan seluruh anggota kelompok. Dalam pertemuan awal tersebut, tim menjelaskan secara detail tujuan program, metode yang akan digunakan, serta manfaat yang bisa diperoleh oleh keempat belas anggota Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri. Setelah itu, FGD dilakukan secara intensif untuk menggali lebih dalam berbagai permasalahan yang selama ini menghambat perkembangan usaha mereka. Melalui diskusi yang partisipatif ini, para anggota kelompok secara aktif menyampaikan kesulitan yang

mereka hadapi, mulai dari keterbatasan keterampilan pengolahan, kesulitan dalam mengelola keuangan usaha, hingga strategi pemasaran yang masih tradisional. Hasil FGD ini menjadi dasar untuk merancang solusi yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.



Gambar 1. Sosialisasi Tim PMP dengan Mitra

Tahapan pelaksanaan program kemudian mencakup penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan di bidang pengolahan ikan tongkol, pengemasan dan pengurusan izin, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran. Seluruh rangkaian kegiatan ini benar-benar dilaksanakan dengan berpegang pada prinsip pendekatan partisipatif yang telah disiapkan sejak awal. Partisipasi aktif semua keempat belas anggota Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri dalam setiap tahapan benar-benar mencerminkan prinsip FGD dan PRA yang telah dijelaskan sebelumnya. Dengan demikian, proses pelatihan tidak hanya berjalan satu arah, tetapi secara interaktif dan dialogis, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota secara komprehensif, mulai dari produksi olahan ikan, diversifikasi produk, hingga pengelolaan keuangan dan pemasaran yang lebih modern.

Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan pelatihan dalam program ini diawali dengan serangkaian sesi yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan anggota kelompok usaha perikanan. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah meningkatkan produktivitas dan memperluas variasi produk olahan mereka, sehingga usaha yang dijalankan lebih kompetitif dan memiliki nilai jual lebih tinggi di pasar. Pelatihan pertama difokuskan pada teknik pengolahan ikan tongkol yang efisien dan higienis.

Dalam sesi ini, peserta tidak hanya belajar teori, tetapi juga langsung mempraktikkan cara memilih bahan baku ikan yang segar dan berkualitas, sekaligus mempelajari berbagai teknik pengolahan yang tepat agar produk aman dikonsumsi. Mereka diperkenalkan pada cara mempersiapkan dan menggunakan peralatan sederhana namun efektif untuk mendukung proses produksi. Selain itu, pelatihan membahas pentingnya menjaga kebersihan selama pengolahan dan menerapkan

standar kualitas yang ideal, termasuk teknik pencegahan kontaminasi yang sering kali luput diperhatikan tetapi berisiko besar terjadi.



Gambar 2. Teknik Pengolahan Ikan Tongkol yang Efisien dan Higienis

Setelah memahami dasar-dasar pengolahan yang baik dan benar, pelatihan kemudian berlanjut ke aspek pengemasan. Pada bagian ini, peserta diajarkan secara komprehensif cara mengelola hasil olahan mereka agar tetap berkualitas tinggi dan menarik hingga sampai ke tangan konsumen. Materi yang diberikan mencakup teknik pengemasan yang benar dengan mempertimbangkan daya tahan dan estetika, serta metode penyimpanan yang efektif untuk menjaga kesegaran produk selama mungkin.

Selain itu, peserta juga mempelajari cara mengolah ikan tongkol menjadi produk lain dengan nilai ekonomi lebih tinggi, seperti abon ikan dan kerupuk ikan. Diversifikasi produk ini bukan hanya meningkatkan nilai jual dari bahan baku yang sama, tetapi juga membuka peluang lebih besar untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan beragam.



Gambar 3. Pengolahan Diversifikasi Produk

Pelatihan juga menekankan pentingnya diversifikasi produk agar kelompok tidak bergantung pada satu jenis olahan saja. Peserta dibimbing untuk menciptakan produk baru yang masih berbasis ikan tongkol dan mengembangkan resep inovatif dengan cita rasa unik. Contohnya adalah abon ikan dan kerupuk ikan, yang secara khusus menjadi solusi diversifikasi: produk ini meningkatkan nilai tambah karena ikan segar yang biasanya hanya tahan sebentar bisa diolah menjadi makanan yang awet hingga berbulan-bulan. Diversifikasi ini juga mengurangi risiko kerugian akibat stok rusak dan sekaligus membuka peluang pasar baru, seperti oleh-oleh wisata atau bahkan ekspor ke luar pulau berkat daya tahan dan kemudahan distribusinya.

Selain itu, peserta diperkenalkan pada strategi pengemasan yang menarik dengan desain sederhana tetapi *memorable*, serta teknik branding dasar untuk membangun identitas produk dan meningkatkan daya tarik di pasaran. Dengan melakukan diversifikasi secara berkelanjutan, anggota kelompok bisa memperluas pilihan produk yang ditawarkan, yang pada akhirnya membantu meningkatkan pendapatan sekaligus memperkuat ketahanan usaha mereka.



Gambar 4. Foto Kemasan

Tahapan berikutnya yang tidak kalah penting adalah pelatihan manajemen usaha, yang berfokus pada peningkatan kemampuan manajerial, terutama dalam pembukuan dan perencanaan keuangan. Materi yang diberikan mencakup pembuatan daftar inventaris yang rapi, pencatatan buku kas harian yang disiplin, pembuatan buku pembelian dan penjualan yang teratur, serta penyusunan laporan keuangan sederhana seperti neraca dan laporan laba rugi. Pelatihan ini dilakukan dalam dua tahap: pertama, pelatihan manajemen keuangan dasar beserta pembuatan laporan keuangan menggunakan *Microsoft Excel* untuk memudahkan pencatatan; kedua, pelatihan pemasaran yang mencakup teknik pengemasan produk dan strategi promosi melalui media sosial dengan biaya terjangkau.

Seluruh rangkaian pelatihan manajemen usaha ini didampingi secara intensif oleh tim dari STIMI Handayani dengan pembagian peran yang jelas. Ni Ketut Laswitarni bertindak sebagai koordinator keseluruhan, Maria Fransiska Br Ginting mendampingi aspek teknis pengolahan produk, dan Tettie Setiyarti fokus pada manajemen keuangan serta pemasaran. Dua mahasiswa, Wayan Sri Haryani dan Henrika Yenima Tritanti Gulo, juga terlibat aktif dalam setiap proses, mulai dari FGD, dokumentasi, hingga pendampingan harian kepada anggota kelompok.

Pelatihan pengenalan manajemen keuangan dirancang untuk memberikan pemahaman dasar yang aplikatif tentang konsep dan praktik penting dalam pengelolaan keuangan usaha kecil. Materinya mencakup pengertian manajemen keuangan dan mengapa hal itu krusial, pemahaman struktur keuangan sederhana, cara menyusun perencanaan keuangan dasar, teknik mengelola arus kas harian, pengambilan keputusan pendanaan yang bijak, manajemen risiko yang mungkin muncul, serta studi kasus dan diskusi interaktif berdasarkan pengalaman nyata mereka. Tujuan utama dari sesi ini adalah agar peserta memahami pentingnya manajemen keuangan sekaligus mendapatkan alat praktis untuk mengelola usaha secara efektif meskipun dengan sumber daya terbatas.

Selain itu, tim juga memberikan pelatihan teknis tentang pembuatan laporan keuangan menggunakan Microsoft Excel hingga mampu menghasilkan laporan laba rugi sederhana. Materi teknis ini mencakup pengenalan antarmuka Excel, fungsi-fungsi dasar seperti *SUM*, *AVERAGE*, dan *IF*, pembuatan format laporan yang rapi dan mudah dibaca, teknik mengumpulkan data transaksi harian, mengolah data mentah menjadi informasi bermakna, menyusun laporan laba rugi yang jelas, membuat grafik sederhana untuk memvisualisasikan data, serta melakukan validasi dan revisi laporan. Seluruh sesi ini bertujuan membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam membuat laporan keuangan berbasis Excel, yang menjadi salah satu aspek penting manajemen bisnis modern, bahkan untuk usaha berskala kecil.

Pelatihan aspek pemasaran dibagi menjadi dua tema utama yang saling melengkapi: strategi konvensional dan strategi digital. Pada strategi konvensional, peserta belajar mengembangkan dasar-dasar pemasaran yang mencakup penetapan harga yang kompetitif tapi tetap menguntungkan, diferensiasi produk untuk menonjolkan keunikan olahan ikan mereka, serta menentukan posisi merek yang jelas di pasar. Mereka juga diajarkan bagaimana membangun branding yang kuat meskipun dengan sumber daya terbatas. Sementara itu, pada bagian pemasaran digital, peserta diperkenalkan pada cara menggunakan media sosial yang mudah diakses seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram, termasuk bagaimana melakukan analisis data sederhana untuk mengoptimalkan kampanye, serta praktik terbaik pemasaran digital untuk usaha mikro.

Setelah rangkaian pelatihan selesai, tahap pendampingan intensif dilakukan agar seluruh empat belas anggota Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri bisa langsung menerapkan materi yang telah dipelajari. Pendampingan ini mencakup praktik pengolahan ikan tongkol menjadi berbagai varian produk, pembuatan laporan keuangan dari catatan pembelian harian, hingga penyusunan laporan laba rugi sederhana untuk memantau perkembangan usaha mereka. Selain itu, anggota kelompok juga berlatih manajemen pemasaran dengan membuat konten iklan sederhana di media sosial yang mereka kuasai, terutama WhatsApp dan Facebook, untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Pelatihan dan Pendampingan

Untuk mengevaluasi sejauh mana program pelatihan dan pendampingan yang dijalankan oleh tim fasilitator dari STIMI Handayani bersama keempat belas anggota Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri telah mencapai tujuannya, dilakukan sebuah evaluasi menyeluruh. Evaluasi ini terdiri dari dua tahapan yang krusial, yaitu pretest dan posttest. *Proses pretest* dilaksanakan setelah tim melakukan inventarisasi masalah melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan *Participatory Research Action* (PRA). Pada fase ini, semua pihak terlibat dalam diskusi untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh anggota, seperti keterbatasan keterampilan pengolahan ikan, minimnya pencatatan keuangan, serta akses pasar yang masih sempit. Hasil dari diskusi ini menjadi dasar untuk merumuskan rancangan program pelatihan yang relevan dan bermanfaat bagi mereka, termasuk pelatihan pengolahan ikan tongkol menjadi abon dan kerupuk, pendampingan pengemasan, serta strategi pemasaran digital. Dalam tahap ini, sangat penting untuk mendapatkan masukan dari anggota agar program yang disusun benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, posttest dilakukan setelah seluruh program pelatihan dan pendampingan selesai dilaksanakan, dengan tujuan untuk menilai dampak yang dihasilkan dari kegiatan tersebut dan untuk melihat perubahan pengetahuan serta keterampilan yang diperoleh anggota. *Posttest* juga menjadi alat untuk mengukur sejauh apa materi pelatihan dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Proses pretest dan *posttest* dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dirancang khusus untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota. Kuesioner ini berfungsi untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana pemahaman anggota telah berubah sebagai akibat dari pelatihan yang diberikan. Dalam kuesioner tersebut terdapat sembilan pernyataan yang bersifat tertutup, di mana responden diminta untuk memilih jawaban yang sesuai dengan pemahaman mereka. Responden memberikan tanda silang (x) atau checklist (√) pada pilihan yang disediakan, yang mencerminkan tingkat pemahaman mereka terhadap setiap topik (lihat Tabel 1.). Setiap anggota ditanya untuk memilih antara tiga kategori jawaban: "Tidak Tahu dan Tidak Mengerti" jika mereka sama sekali tidak mengetahui tentang topik yang diberikan, "Hanya Tahu tapi Tidak Mengerti" jika mereka mengetahui tetapi tidak bisa mempraktikkannya, dan "Tahu dan Mengerti" jika mereka tahu dan bisa mempraktikkan topik tersebut dengan baik. Penggunaan kuesioner ini memungkinkan tim untuk mengumpulkan data yang terukur dan objektif, sehingga dapat dianalisis secara sistematis.

Tabel 1. Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner

No.	Pertanyaan	Kode
1	Tidak tahu dan Tidak Mengerti	TTTM
2	Hanya Tahu Tapi Tidak mengerti	HTTM
3	Tahu dan Mengerti	TM

Sembilan pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mencakup berbagai aspek pengetahuan anggota di bidang pengolahan ikan tongkol, diversifikasi produk, serta pengelolaan keuangan dan pemasaran (lihat Tabel 2.).

Tabel 2. Tabulasi Kuesioner *Pretest* KUP Nusa Mandiri 2025

Pertanyaan	TTTM	HTTM	TM	Jumlah
Saya tahu cara memilih bahan ikan berkualitas untuk pengolahan	8	3	3	14
Saya tahu cara menjaga standar kebersihan dan teknik produksi ideal untuk pengolahan ikan	8	3	3	14
Saya tahu cara mengolah ikan tongkol menjadi produk seperti abon dan kerupuk	7	5	2	14
Saya tahu cara membuat laporan pembelian, penjualan, serta laporan laba rugi	9	5	0	14
Saya tahu cara menentukan harga pokok penjualan dari produk yang ditawarkan	9	4	1	14
Saya tahu cara menentukan besar laba ditahan untuk pengembangan usaha	9	5	0	14
Saya tahu bahwa ada media sosial yang bisa dipakai untuk memasarkan produk	7	5	2	14
Saya bisa membuat akun media sosial, seperti WhatsApp dan Facebook, untuk keperluan bisnis	9	5	0	14
Saya mengerti cara pengemasan produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen	8	5	1	14
Jumlah	74	40	12	126
Persen (%)	58,73	31,75	9,52	100

Dari Tabel 2. dapat kita lihat bahwa sebelum pelatihan dimulai, hasil kuesioner menunjukkan bahwa hanya sekitar 9,52 persen anggota yang mengaku "Tahu dan Mengerti" mengenai topik-topik yang diajukan. Misalnya, hanya tiga anggota yang memahami cara memilih bahan ikan berkualitas, menjaga standar kebersihan dan teknik produksi ideal untuk pengolahan ikan, serta teknik pencegahan kontaminasi yang sering terjadi pada produk olahan ikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kekurangan pengetahuan yang signifikan di kalangan anggota, yang perlu diatasi melalui program pelatihan. Selain itu, hanya satu orang yang memahami bagaimana cara menentukan harga pokok penjualan, dan dua orang yang menyadari bahwa media

sosial dapat digunakan untuk memasarkan produk mereka. Kondisi ini mencerminkan bahwa sebagian besar anggota masih bergantung pada cara-cara tradisional dalam mengelola usaha, sehingga menghambat potensi pengembangan usaha.

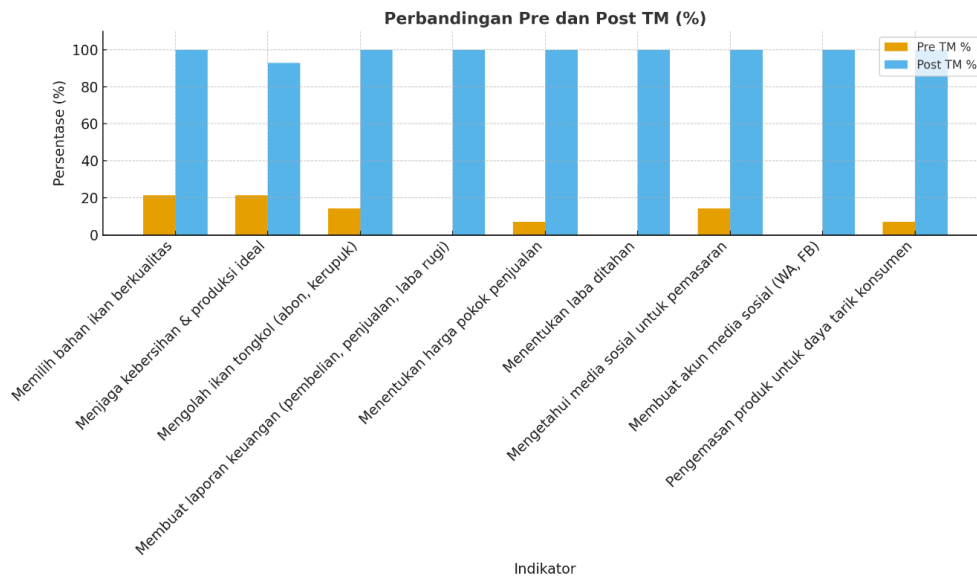
Data awal ini memberikan gambaran yang jelas bahwa sebelum adanya pelatihan, banyak anggota yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai aspek-aspek krusial dari usaha mereka. Kekurangan pengetahuan ini berpotensi menghambat kemajuan usaha mereka dan mempersulit pengambilan keputusan yang tepat. Dengan demikian, kondisi ini menekankan pentingnya pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan usaha olahan ikan dengan lebih efektif. Program pelatihan yang dirancang harus mampu menjawab kebutuhan tersebut, baik dalam aspek teknis maupun manajerial, dengan dukungan dari tim fasilitator dari STIMI Handayani pada pendampingan teknis pengolahan, pada aspek manajemen dan pemasaran, serta pendampingan harian. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam pelatihan memungkinkan anggota untuk tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam setiap proses pembelajaran.

Setelah program pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan (lihat Tabel 3.).

Tabel 3. Tabulasi Kuesioner *Posttest* KUP Nusa Mandiri 2025

Pertanyaan	TTTM	HTTM	TM	Jumlah
Saya tahu cara memilih bahan ikan berkualitas untuk pengolahan	0	0	14	14
Saya tahu cara menjaga standar kebersihan dan teknik produksi ideal untuk pengolahan ikan	0	1	13	14
Saya tahu cara mengolah ikan tongkol menjadi produk seperti abon dan kerupuk	0	0	14	14
Saya tahu cara membuat laporan pembelian, penjualan, serta laporan laba rugi	0	0	14	14
Saya tahu cara menentukan harga pokok penjualan dari produk yang ditawarkan	0	0	14	14
Saya tahu cara menentukan besar laba ditahan untuk pengembangan usaha	0	0	14	14
Saya tahu bahwa ada media sosial yang bisa dipakai untuk memasarkan produk	0	0	14	14
Saya bisa membuat akun media sosial, seperti WhatsApp dan Facebook, untuk keperluan bisnis	0	0	14	14
Saya mengerti cara pengemasan produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen	0	0	14	14
Jumlah	0	1	125	126
Persen (%)	0,00	0,79	99,21	100

Dari Tabel 3. dapat kita lihat bahwa hampir semua anggota Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri (99,21 persen) kini mengaku "Tahu dan Mengerti" mengenai keseluruhan topik yang diajukan. Dari data yang diperoleh, hanya satu anggota yang masih "Hanya Tahu tapi Tidak Mengerti" mengenai cara membuat laporan pembelian, penjualan, serta laporan laba rugi. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil menjangkau sebagian besar anggota, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam aspek-aspek yang sebelumnya kurang mereka pahami. Peningkatan ini tidak hanya terlihat dari angka persentase, tetapi juga dari antusiasme dan kepercayaan diri anggota dalam mempraktikkan ilmu yang telah mereka peroleh.



Gambar 5. Perbandingan Skor *Pretest* dan *Posttest*

Seperti yang terlihat pada Gambar 1 di atas, peningkatan yang luar biasa ini tidak hanya menggambarkan keberhasilan pelatihan, tetapi juga mengindikasikan bahwa anggota kini lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam usaha mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hilmawati & Kusumaningtias (2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan terstruktur mampu meningkatkan kapasitas dan kesiapan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis. Peningkatan pengetahuan ini juga mencerminkan konsep transfer pembelajaran (*transfer of learning*) yang menekankan pentingnya aplikasi praktis dari pengetahuan yang diperoleh dalam pelatihan untuk meningkatkan kinerja usaha.

Dengan pengetahuan yang lebih baik, mereka diharapkan dapat mengambil keputusan yang lebih baik dalam pengelolaan usaha, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Hal ini sesuai dengan penelitian Kusuma et al. (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM, di mana pemahaman keuangan yang baik akan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola arus kas dan membuat keputusan finansial yang tepat. Selain itu, kemampuan untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran juga menunjukkan bahwa mereka kini memiliki akses ke strategi pemasaran yang lebih modern dan relevan. Penelitian Lianardo et al. (2022) dalam *Journal of Servite* menegaskan bahwa pelatihan digital marketing mampu

meningkatkan kemampuan UMKM dalam merancang strategi pemasaran digital yang tepat, dengan mayoritas peserta menggunakan *Instagram* (100%), *Facebook* (50%), dan *TikTok* (25%) sebagai media pemasaran setelah mengikuti pelatihan.

Penerapan ilmu yang didapat dari pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan hasil produksi, tetapi juga mendorong inovasi dalam pengolahan dan pemasaran produk olahan ikan. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Sanistasya et al. (2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil di Kalimantan Timur, yang mengindikasikan bahwa penerapan pengetahuan dari pelatihan dapat meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan. Anggota kelompok juga mulai menunjukkan kemandirian dalam mengidentifikasi peluang baru, seperti menjalin kemitraan dengan pelaku usaha lain atau mengikuti pameran produk UMKM. Kemandirian ini sejalan dengan temuan Septiani & Wuryani (2020) yang menjelaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dan akses ke sumber daya digital memampukan pelaku UMKM untuk lebih mandiri dalam mengembangkan strategi bisnis dan mengidentifikasi peluang pasar baru.

Secara keseluruhan, evaluasi melalui kuesioner pretest dan posttest menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan berjalan efektif. Peningkatan signifikan pada hampir semua indikator menegaskan bahwa tujuan utama program berhasil dicapai. Namun, keberhasilan ini tidak semata-mata datang dari desain pelatihan, melainkan juga didorong oleh faktor pendorong yang kuat, seperti motivasi tinggi dari seluruh anggota KUP Nusa Mandiri, dukungan keluarga yang membuat peserta bisa mengikuti kegiatan penuh waktu, serta peran fasilitator yang aktif mendampingi melalui pendekatan partisipatif. Faktor ini menciptakan suasana belajar yang egaliter dan mempercepat adopsi pengetahuan baru.

Meski demikian, beberapa hambatan juga muncul selama pelaksanaan. Keterbatasan waktu program yang hanya berlangsung dua bulan membuat intensitas pendampingan terbatas, sehingga beberapa materi masih perlu diulang agar benar-benar melekat dalam praktik sehari-hari. Selain itu, keterbatasan sarana produksi, khususnya peralatan pengolahan dan akses modal tambahan, menjadi tantangan yang membatasi penerapan pengetahuan secara maksimal. Hambatan lain adalah keterbatasan jaringan pemasaran di luar wilayah lokal, yang memerlukan dukungan eksternal lebih lanjut. Dengan membaca hasil dan kendala ini secara lebih kritis, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program bukan hanya soal peningkatan angka pengetahuan, tetapi juga soal kemampuan kelompok menghadapi keterbatasan struktural. Temuan ini sejalan dengan Chambers (2017) yang menekankan partisipasi sebagai syarat keberlanjutan, sekaligus mengonfirmasi kajian (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2020) bahwa perempuan pesisir memiliki potensi besar sebagai motor ekonomi lokal, asalkan hambatan sistemik seperti akses modal, peralatan, dan pasar bisa diatasi melalui intervensi lanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat bersama Kelompok Usaha Perempuan Nusa Mandiri berhasil meningkatkan kapasitas anggota secara signifikan. Hasil pretest dan

posttest menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dari 9,52% menjadi 99,21%, terutama dalam pengolahan ikan tongkol menjadi produk bernilai tambah (abon dan kerupuk), manajemen keuangan melalui pembukuan sederhana, serta pemasaran digital via media sosial. Secara kualitatif, anggota juga lebih percaya diri memperluas pasar dan membangun merek produk. Pendekatan partisipatif melalui FGD dan PRA membuat program relevan dengan kebutuhan nyata. Luaran berupa modul pelatihan, publikasi, dan video *YouTube* dapat direplikasi di kelompok UMKM pesisir lain sebagai model pemberdayaan berkelanjutan.

Untuk mitra, disarankan konsisten menerapkan pembukuan, aktif memanfaatkan media sosial, terus mengembangkan variasi produk, serta membangun sistem regenerasi keterampilan di komunitas. Untuk STIMI Handayani, penting menjaga pendampingan jangka panjang melalui monitoring, fasilitasi pemasaran yang lebih luas, serta integrasi hasil program ke kurikulum sebagai studi kasus. Untuk pemerintah daerah, dukungan izin usaha, sertifikasi produk, akses permodalan khusus UMKM perempuan, dan fasilitasi pameran sangat dibutuhkan. Adopsi model ini sebagai program replikasi di pesisir Bali dapat memberi *multiplier effect* bagi ekonomi masyarakat pesisir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Kemdiktisaintek RI atas dukungan pendanaan melalui skema PMP, kepada STIMI Handayani atas kepercayaan, fasilitas, dan dukungan kelembagaan, serta kepada seluruh anggota KUP Nusa Mandiri di Nusa Penida atas partisipasi, semangat, dan kerja sama luar biasa selama program. Sinergi dan komitmen semua pihak menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini, dan besar harapan agar kolaborasi dapat terus berlanjut untuk memberi dampak berkelanjutan bagi peningkatan kapasitas, ekonomi masyarakat, dan inspirasi bagi program pemberdayaan lain di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pada pelaku UMKM guna peningkatan pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448.
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan literasi keuangan pada umkm melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268.
- Anggraeny, F. T., Rosida, D. F., Saputra, W. S. J., & Prasetyo, H. (2021). Kolaborasi Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial dan Marketplace untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 73–84.
- Ardika, I. W., Putra, I. N. D., & Astawa, I. P. (2021). Community-based tourism and creative economy: A case study of Nusa Penida, Bali. *Journal of Sustainability Science and Management*, 16(6), 1–15.

-
- Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943.
- Beck, T., Senbet, L., & Simbanegavi, W. (2015). Financial inclusion and innovation in Africa: An overview. *Journal of African Economies*, 24(suppl_1), i3–i11.
- Cahyadi, L. D. C. R., & Suryantari, E. P. (2024). Peningkatan literasi dan pengaturan keuangan pada perempuan pemilik UMKM dengan kepemilikan keluarga. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(6), 13016–13021. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i6.38818>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson.
- Chambers, R. (2017). *Can we know better? Reflections for development*. Practical Action Publishing. <https://doi.org/10.3362/9781780449449>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Damanik, M. R. S., Sriadhi, S., Habibi, M. R., & Harefa, M. S. (2017). Diversifikasi Pengolahan Ikan Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Nelayan Desa Bagan Serdang Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(4), 455–459.
- Drury, C. (2018). *Management and cost accounting (10th ed.)*. Cengage Learning.
- Edwards, M., & Hulme, D. (1992). Scaling up NGO impact on development: learning from experience. *Development in Practice*, 2(2), 77–91.
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). *The new plastics economy: Catalysing action*.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2020). *The role of women in the seafood industry*. FAO. <https://doi.org/10.4060/ca9229en>
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Free Press.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
- Hartati, S., Bayu, K., Mustari, E., Zulfan, I., Nurhayanti, Y., & Karim, E. (2020). Pemberdayaan Perempuan Nelayan Melalui Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Ikan Di Desa Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *DHARMAKARYA: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 9(4), 289–293.
- Hickey, S., & Mohan, G. (2019). Participation and empowerment: Reviewing the debate. *Development Studies Research*, 6(1), 89–103.
- Hilmawati, M. R. N., & Kusumaningtias, R. (2021). Inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan sektor usaha mikro kecil menengah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(1), 135–152.
- Kabeer, N. (2020). Women's empowerment and economic development: a feminist critique of storytelling practices in "randomista" economics. *Feminist Economics*, 26(2), 1–26.
- Kayes, D. C. (2002). Experiential learning and its critics: Preserving the role of

-
- experience in management learning and education. *Academy of Management Learning & Education*, 1(2), 137–149.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). (2020). *Buku panduan pengolahan hasil perikanan untuk UMKM*. Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Disolo Raya. *Among Makarti*, 14(2).
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 4(2), 104–111.
- OECD. (2021). *Financing SMEs and entrepreneurs 2021: An OECD scoreboard*. OECD Publishing.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). The effect of financial literacy and financial inclusion on small enterprises performance in East Kalimantan. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59.
- Sari, I., Ichsan, M., White, A., Raup, S. A., & Wisudo, S. H. (2021). Monitoring small-scale fisheries catches in Indonesia through a fishing logbook system: Challenges and strategies. *Marine Policy*, 134, 104770.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). *Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo*. Udayana University.
- Stacey, N., Gibson, E., Loneragan, N. R., Warren, C., Wiryawan, B., Adhuri, D. S., Steenberg, D. J., & Fitriana, R. (2021). Developing sustainable small-scale fisheries livelihoods in Indonesia: Trends, enabling and constraining factors, and future opportunities. *Marine Policy*, 132, 104654.
- Suryadi, I., Utami, M. A. J. P., Kariati, N. M., Yasa, I. K., & Suryaniadi, S. M. (2022). Digital Business Strategy and Financial Performance of Tourism Sector Micro-SMEs in Bali. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (ICAST-SS 2022)*.
- Tambunan, T. (2019). *MSMEs in Indonesia: History, development, problems and government support*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Tubastuvi, N., & Purwidiyanti, W. (2023). Performance of women-led SMEs in Indonesia: The role of financial inclusion, financial literacy, and technology adoption. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e1899–e1899.