

SOCIALIZATION AND TRAINING ON THE USE OF THE SIAB-MARKETPLACE APPLICATION FOR THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COASTAL FISHERMAN COMMUNITY OF EAST REMBANG, CENTRAL JAVA

SOSIALISASI DAN PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI SIAB-MARKETPLACE UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT NELAYAN PESISIR REMBANG TIMUR JAWA TENGAH

**Juhadi*¹, Heri Tjahyono¹, Asrori², Nur Hamid³,
Elvara Norma Aroyandini⁴**

*¹ Departemen Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang

² Departemen Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

³ Departemen Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Semarang

⁴ Departemen Pendidikan Sains, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang

*e-mail: juhadigeo@mail.unnes.ac.id¹

Abstract

The East Rembang coast is a potential marine fishery commodity producing area, however the buying and selling transaction system is still carried out traditionally, so the bargaining position is still marginal. The social and economic marginalization experienced by fishermen does not manifest in the form of isolation, but rather manifests in the inability of fishing communities to take part in market economic activities profitably. In fact, now we have entered the era of digital buying and selling transactions, which are more efficient and effective, supported by promising infrastructure. Therefore, it is necessary to provide outreach & training in the use of online shops to the fishing community. This community service consists of four stages, namely preparation, implementation, evaluation and monitoring. The object of study is fishing communities who have businesses from three sub-districts in East Rembang. The target is that people are expected to be skilled in using the "SIAB-Marketplace" application in running their business. As a result of service activities, there has been an increase in knowledge and skills in using digital smartphone applications and internet access in marketing the products produced as well as an expansion of the product marketing area, so that it can be used by consumers. The advice given in this activity is that further assistance related to digital marketing should be provided, in this case the use of digital platforms in the promotion and sale of various products so that there is an increase in income which has an impact on people's welfare.

Keywords: *Socialization; Training; SIAB-Marketplace; Financial Management.*

Abstrak

Pesisir Rembang Timur merupakan daerah penghasil komoditas perikanan laut potensial, namun sistem transaksi jual-beli masih dilakukan secara tradisional, sehingga posisi tawar masih marginal. Marginalisasi secara sosial dan ekonomi yang dialami oleh nelayan tidak

Received 16 October 2023; Received in revised form 22 October 2023; Accepted 25 October 2023; Available online 1 December 2023.

 [10.20473/jlm.v7i4.2023.463-473](https://doi.org/10.20473/jlm.v7i4.2023.463-473)



Copyright: © by the author(s) Open access under CC BY-SA license
[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

terwujud dalam bentuk keterasingan, tetapi lebih terwujud pada ketidakmampuan masyarakat nelayan dalam mengambil bagian dalam kegiatan ekonomi pasar secara menguntungkan. Padahal, sekarang telah memasuki era transaksi jual-beli secara digital, yang lebih efisien dan efektif dengan didukung infrastruktur yang menjanjikan. Oleh karena itu perlu dilakukan sosialisasi&pelatihan dalam penggunaan toko online kepada masyarakat nelayan. Pengabdian masyarakat ini terdiri atas empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan monitoring. Objek studi masyarakat nelayan yang telah memiliki usaha dari tiga kecamatan di Rembang Timur. Target sasaran diharapkan masyarakat terampil menggunakan aplikasi "SIAB-Marketplace" dalam menjalankan usahanya. Hasil kegiatan pengabdian, telah terjadi peningkatan pengetahuan dan ketrampilan penggunaan aplikasi digital smartphone dan akses internet dalam memasarkan produk yang dihasilkan serta perluasan area pemasaran produk, sehingga bisa digunakan oleh konsumen. Saran yang diberikan dalam kegiatan ini adalah sebaiknya dilakukan pendampingan lanjutan terkait dengan digital marketing dalam hal ini pemanfaatan platform digital dalam promosi dan penjualan berbagai macam produk sehingga terjadi peningkatan pendapatan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Sosialisasi; Pelatihan; SIAB-Marketplace; Nelayan Rembang.

PENDAHULUAN

Sebutan Indonesia sebagai Negara Bahari, tidaklah asing bagi masyarakat Indonesia. Fakta menunjukkan, lebih dari tiga per empat wilayah negeri ini adalah perairan, luas lautnya mencapai 5,8 juta km² dengan garis pantai sepanjang 81.000 km. Di dalam wilayah lautan yang begitu luas, tersimpan potensi sumberdaya alam, terutama sumberdaya perikanan laut yang luar biasa, baik dari segi kuantitas maupun diversitas. Sayangnya potensi yang demikian besar tersebut belum diberdayakan secara optimal, sehingga masyarakat pesisir di Indonesia masih berada dalam kondisi marginal, belum sejahtera. Padahal menurut Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencatat, jumlah nelayan di Indonesia akhir tahun 2022 sebanyak 127 juta orang, dan di antaranya ada Jawa Tengah dengan jumlah nelayan sebanyak 114.229 orang (dataindonesia.id, 2022).

Rembang Timur merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Rembang yang kaya akan sumber daya alam. Lokasinya berbatasan langsung dengan Laut Jawa menjadikan Rembang Timur memiliki sumber daya laut yang melimpah. Hasil lautnya yaitu berbagai jenis ikan, udang, hingga cumi-cumi. Data Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Rembang pada Tahun 2016 menyebutkan bahwa hasil tambak dan kolam Rembang Timur masing-masing adalah sebesar 2.120 dan 417 ton. Jumlah tersebut merupakan 38% dari total keseluruhan hasil tambak serta 22% dari hasil kolam yang ada di Kabupaten Rembang (Kementerian PUPR, 2018).

Penggunaan TIK dalam aktivitas perekonomian terbukti telah mampu membantu masyarakat untuk meningkatkan keuntungannya. Sebagaimana yang diteliti oleh Wulandari et al. (2020) misalnya, pelaku UMKM dalam bidang makanan, pakaian, maupun industri kreatif mampu meningkatkan penjualannya setelah melakukan transaksi jual-beli melalui marketplace online dengan peningkatan penjualan sebanyak 30 hingga 70%. Demiroglu (2021) juga menyebutkan bahwa dengan keberadaan e-commerce, bisnis-bisnis kecil menjadi semakin berkembang sehingga income yang dihasilkan melalui bisnis tersebut juga semakin besar. Meskipun hasil dari digitalisasi usaha semakin besar, tetapi sebagian masyarakat Rembang Timur belum memahaminya dengan baik. Hasil wawancara dan observasi terhadap masyarakat di Rembang Timur, baik di

Kecamatan Kragan, Sarang, dan Sluke menunjukkan bahwa masyarakat belum menggunakan marketplace maupun e-commerce sebagai platform usahanya. Hal itu lebih disebabkan oleh karena keterbatasan akses pengetahuan dan keterampilan dalam teknologi informasi digital online.

Masyarakat secara umum belum mengetahui terkait digitalisasi usaha sehingga proses jual beli masih dilakukan secara offline. Penjualan dilakukan dengan cara petani dan nelayan menjual hasil garapan dan tangkapannya kepada tengkulak untuk selanjutnya dijual kepada penjual-penjual kecil di pasar dan desa sekitar Rembang Timur. Adapun pengrajin maupun pelaku usaha, hanya menjajakkan kerajinan dan produk unggulannya di pasar maupun toko-toko kecil di Rembang Timur. Hanya beberapa usaha yang telah mampu melakukan penjualan ke luar kota, tetapi hanya penjual tertentu, belum merambah ke seluruh wilayah Indonesia.

Pemasaran hasil tangkapan, nelayan di lapangan memiliki keterbatasan akses pasar yang menyebabkan penghasilan nelayan cenderung cukup rendah (Oktavianti, 2020). Penjualan dengan model offline menjadikan hasil jual kurang maksimal atau bahkan menimbulkan berbagai dampak negatif. Kurang maksimalnya harga jual dikarenakan masyarakat hanya mampu menjual di sekitar Rembang Timur saja, padahal produk-produk unggulan yang dihasilkan masyarakat juga dibutuhkan oleh masyarakat di berbagai wilayah di Indonesia sehingga seharusnya mampu meraih target pasar yang lebih luas dan keuntungan yang lebih tinggi. Sistem transaksi jual-beli secara online minimal dapat mengurangi adanya permainan harga dari tengkulak yang berdampak pada menurunkan laba dan bahkan merugikan masyarakat.

Melalui SIAB-Marketplace, masyarakat dapat mengorganisasi sendiri hasil produksinya dan dapat langsung memperoleh pembeli tanpa harus melewati tengkulak terlebih dahulu, sehingga masyarakat dapat menjual dengan harga murah. Harga jual yang lebih murah dibandingkan dengan toko-toko di daerah lain menjadikan pembeli akan lebih memilih untuk membeli dan terus berlangganan kepada penjualan masyarakat Rembang Timur sebagaimana disebutkan oleh Nuryanto & Haryono (2017) bahwa salah satu pertimbangan dalam membeli pada toko online adalah harga yang murah.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Pengabdian masyarakat ini dilakukan selama tiga bulan, yaitu pada bulan ketiga hingga keenam Juli 2023 – September 2023. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan yaitu di Padepokan Teguh Mino Desa Tunjung, Kecamatan Kragan Rembang. Pengabdian masyarakat ini terdiri atas empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan monitoring. Objeknya yaitu masyarakat yang memiliki usaha dari tiga kecamatan di Rembang Timur, yakni Kecamatan Sluke, Kecamatan Lasem, dan Kecamatan Kragan.

Jumlah peserta yang terlibat secara langsung dalam kegiatan sosialisasi & pelatihan adalah perwakilan para tokoh nelayan dari nelayan pemilik dan nelayan ABK (anak buah kapal), yang berjumlah 50 orang nelayan. Adapun narasumber (tim pelatih) adalah tim pelaksana pengabdian Masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu dengan menggunakan metode partisipatif masyarakat melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan menggunakan pendekatan interaktif dan demonstratif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Pengabdian

Komunitas masyarakat Nelayan pesisir Rembang timur memiliki potensi sangat tinggi, dengan melimpahnya sumberdaya ikan di kawasan perairan Pulau Jawab. Potensi perikanan yang melimpah tentunya menjadi modal awal untuk menjadikan program pengabdian ini berjalan dengan sukses. Di samping potensi alami, terdapat potensi individual yang berasal dari potensi masyarakat itu sendiri. Terdapatnya kemauan yang kuat dari masyarakat khususnya komunitas nelayan untuk maju dan berkembang menjadikan salah satu aspek untuk mendukung suksesnya program ini.

Secara administratif pesisir Rembang timur yang dijadikan sebagai lokasi kegiatan pengabdian ini, terdiri atas tiga kecamatan, yakni Kecamatan Lasem, Kecamatan Sluke dan Kecamatan Kragan yang ketiganya masuk dalam wilayah pemerintahan Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah. Kegiatan pengabdian dipusatkan di Kecamatan Kragan dengan pertimbangan lokasi yang relatif strategis dan menjadi pusat nelayan di wilayah Rembang timur. Adapun lokasi yang dijadikan kegiatan sosialisasi dan pelatihan peserta dalam kegiatan pengabdian adalah Desa Tunjungan, dimana lokasi kantor Kelompok Nelayan “Teguh Mino”. Berikut merupakan beberapa dokumentasi pelaksanaan penyuluhan yang dihadiri oleh 50 nelayan yang merupakan anggota dari kelompok Nelayan “Teguh Mino”.

Profil Kelompok Nelayan “Teguh Mino”

Kelompok nelayan yang tergabung dalam Kelompok Nelayan “Teguh Mino” sebagian besar merupakan tenaga kerja dalam rentang usia 20-50 tahun. Rata-rata usia nelayan tersebut dikategorikan sebagai kelompok usia produktif. Sementara itu, dalam aspek penghasilan, relatif masih rendah terutama para nelayan ABK (Anakan Buah Kapal) yang erupakan bagian terbesar dari komunitas nelayan (tradisional). Dalam kegiatan sekali melaut (sekitar 7-10 hari) pendapatan rata-rata sekitar Rp.700.000 – Rp.900.000, atau sekitar Rp.125.000 perhari. Kondisi ini dirasa sangat jauh dari kebutuhan hidup sehari-hari, dan bahkan jika terjadi gangguan musim barat atau musim timur, dimana cuaca tidak memungkinkan untuk melaut, mereka sebagian besar menganggur.

Data pada Tabel 1 berikut menyajikan jumlah pendapatan rata-raa dalam satu bulan para nelayan yang tergabung dalam kelompok nelayan “Teguh Mino”.

Tabel 1. *Jumlah Pendapatan Nelayan Rembang Timur.*

No	Pendapatan per bulan	Jumlah	Persen (%)
1	1.000.000-2.000.000	36	38,29
2	2.000.000-3.000.000	30	31,91
3	3.000.000-4.000.000	17	18,08
4	≥ 4.000.000	11	11,70
	Total	94	100,00

Sumber: Hasil survei penulis (2023).

Pendapatan rata-rata nelayan berkisar 1.000.000-3.000.000 perbulan, yang merupakan separo lebih dari jumlah sampel, jika dikaitkan dengan jumlah tanggungan keluarga nelayan (5 anggota keluarga), maka pendapatan perbulan tersebut dirasa masih jauh dari mencukupi kebutuhan keluarga. Penghasilan tangkapan paling rendah perharinya ada yang hanya memperoleh 20.000.

Petani merupakan pekerjaan selain nelayan yang dilakukan oleh sebagian responden, selain menjadi petani ada pula responden yang menjadi pekebun dan buruh serabutan. Pekerjaan sampingan dilakukan untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari selain menjadi nelayan. Adapun pengalaman sebagai nelayan, rata-rata telah dimulai sejak usia muda, secara turun menurun dari oaring tua/kakek moyang sebelumnya.

Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan

Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan dilakukan pada komunitas nelayan Kelompok “Teguh Mino” yang berlokasi di Desan Nelayan Tunjungan, Kecamatan Kraan, Kabupaten Rembang. Berikut merupakan beberapa dokumentasi pelaksanaan kegiatan yang dihadiri oleh 50 orang nelayan yang ada diperairan sekitar Pantai timur Rembang di Kecamatan Kragan.



Gambar 1. Proses Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat melalui Sosialisasi.

Hasil kegiatan, ditunjukkan pada respon, motivasi peserta kegiatan sosialisasi & pelatihan sangat antusias. Peserta telah dengan tekun dan seksama mengikuti proses pelatihan transaksi online melalui Platform SIAB-Marketplace. Melalui Platform aplikasi SIAB-Marketplace, peserta sebagai pelaku usaha dapat langsung berkomunikasi dengan pembelinya, sehingga mereka diharapkan memperoleh keuntungan yang lebih.



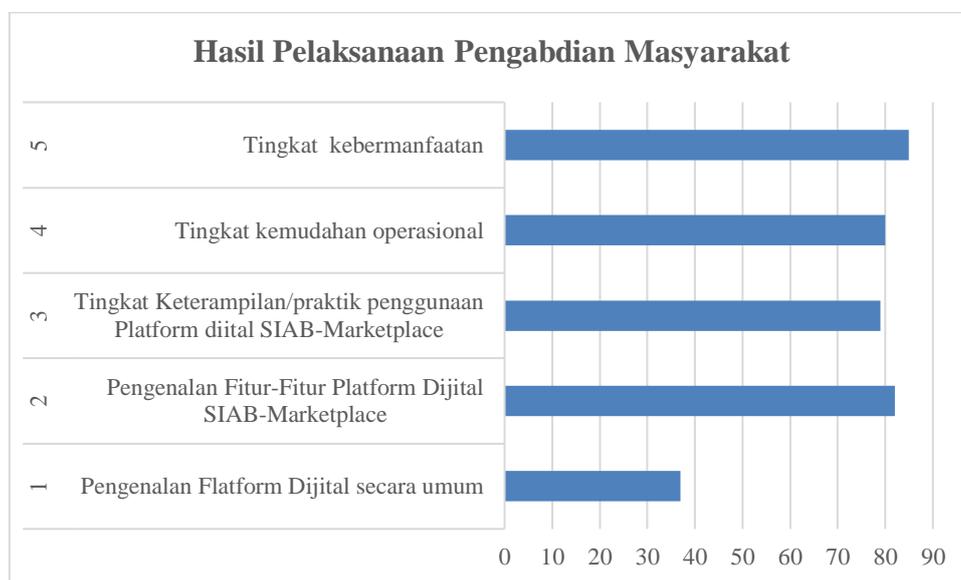
Gambar 2. Proses Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat melalui Pelatihan.

Model sosialisasi dan pelatihan yang bersifat partisipasi aktif masyarakat yang dalam hal ini berarti keterlibatan masyarakat secara langsung untuk menyampaikan permasalahan yang dihadapi selama ini. Model ini berangkat dari kesadaran bahwa masyarakat dalam dirinya memiliki tekad untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya dan menginginkan solusi. Pada dasarnya kesadaran bahwa masyarakat sesungguhnya memiliki potensi, untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya. Pemanfaatan aspek lokalitas dalam pemberdayaan memudahkan proses adaptasi yang dilakukan oleh masyarakat (Khusuma, 2020). Pendekatan kelompok komunitas ini dirasa menjadi pendekatan yang mampu mendorong optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang ada di masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi (Tinambunan, 2016).

Kelompok Nelayan “Teguh Mino” adalah kelompok nelayan yang berupaya melakukan yang mampu mendorong perubahan dalam kehidupan anggotanya secara khusus dan masyarakat serta lingkungannya secara umum kearah yang lebih baik. Tokoh kunci yang bernama Sutardi, yang hingga saat ini masih berperan sebagai ketua kelompok, merupakan sosok penting dalam menggerakkan masyarakat nelayan untuk berbenah diri secara mandiri. Ia awalnya mengumpulkan para nelayan di sekitar tempat tinggalnya untuk membentuk Kelompok Usaha Bersama. Kelompok ini dibentuk dengan tujuan untuk menjadi wadah bagi nelayan-nelayan yang berada di sekitar pantai Kragan, Kabupaten Rembang, dan menumbuhkan kesadaran nelayan untuk lebih memperhatikan kondisi sosial-ekonomi masyarakat nelayan local. Pada awalnya, Kelompok Nelayan “Teguh Mino” hanya memiliki 20 orang anggota, tapi saat pertengahan 2023 berjumlah 50 orang nelayan. Para anggota secara umum memiliki tingkat loyalitas yang baik. Loyalitas mereka selain kepada kelompok, juga kepada ketua kelompok, seperti disampaikan oleh seorang nelayan berikut: “Ya biasanya sih idenya dari Pak Sutadi... Ya kita ikut aja soalnya idenya itu emang sangat menguntungkan anggota” (Wawancara, Agustus 2023).

Pengetahuan dan Keterampilan Masyarakat Nelayan terhadap Platform SIAB-Marketplace

Pengetahuan dan keterampilan masyarakat nelayan dalam penggunaan Platform SIAB-Marketplace menunjukkan peningkatan dalam: (1) aspek pemahaman pengenalan Platform digital secara umum, (2) pengenalan fitur-fitur, (3) Tingkat keterampilan/praktik pengoperasionalan; (4) tingkat kemudahan pengoperasionalan; (5) tingkat kebermanfaatan, setelah dilakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Data sebelum kegiatan sosialisasi dan pelatihan terkait Platform digital, beberapa peserta yang menyatakan sekedar kenal (35%), dan sebagian menyatakan belum kenal sama sekali (65%). Berikut data hasil setelah dilakukan perlakuan sosialisasi dan pelatihan Platform dijital SIAB-Marketplace pada kelompok nelayan “Tegu Mino”, disajikan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Skor Rata-rata Capaian Sosialisasi & Pelatihan Platform Digital SIAB-Marketplace pada Kelompok Nelayan Rembang Timur.

Berdasarkan data pada Gambar 3 dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil cukup signifikan atas pengenalan & praktik penggunaan Platform digital SIAB-Marketplace setelah dilakukan sosialisasi & pelatihan. Peningkatan ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh para nelayan dalam aktivitas bernevelan. Sebagaimana yang dilaporkan oleh Khusuma (2020) bahwa program penyuluhan ini memiliki efektivitas yang tinggi dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat. Begitupun sama halnya seperti yang dinyatakan oleh Asmirelda et al. (2020) bahwa kegiatan penyuluhan ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat nelayan dan keterampilan dalam menciptakan inovasi-inovasi baru (Suryadi, 2020; Warya, 2020).

Pengetahuan masyarakat nelayan mengenai media sosial menunjukkan hasil yang tertera pada Gambar 4. Sebelum dilakukan kegiatan sosialisasi & pelatihan, masyarakat nelayan hanya mengetahui beberapa aplikasi media sosial, namun setelah dilakukan kegiatan sosialisasi & pelatihan, para masyarakat nelayan mengetahui beberapa aplikasi yang

dapat digunakan untuk digunakan sebagai media dalam memasarkan hasil olahan perikanan (Agustina & Imaniar, 2021).

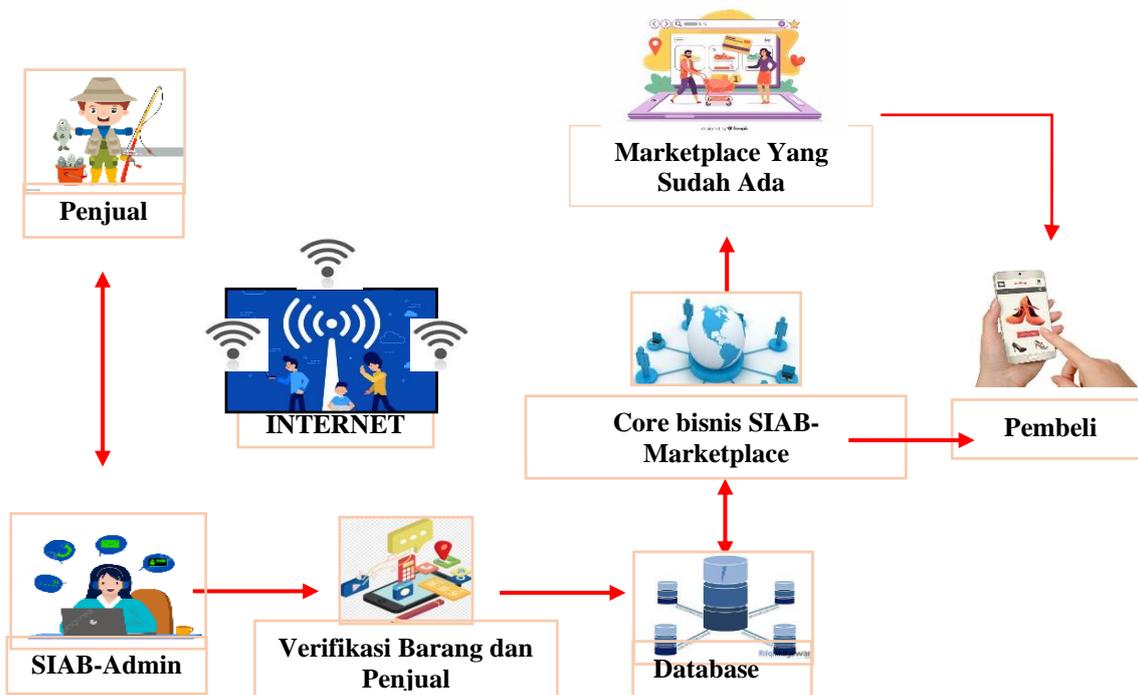


Gambar 4. *Pengenalan & Penggunaan Media Sosial Platform Digital Nelayan Rembang Timur Tahun 2023 (Sumber: Survei lapangan, 2023).*

Berdasarkan data pada Gambar 4 menunjukkan bahwa watshap dan SMS masih menjadi media sosial yang banyak digunakan masyarakat nelayan Rembang Timur, karena dianggap yang lebih murah dan murah mudah pengoperasionalnya, hal ini juga sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Ismail et al. (2021), yang menyatakan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan tentang teknologi sistem informasi pada komunitas nelayan. Selain itu juga pada komunitas nelayan lainnya yang ada di Kabupaten Malang menunjukkan adanya ragam media yang digunakan untuk memasarkan produk hasil olahan perikanan seperti halnya whatsapp (WA), facebook, dan instagram, serta marketplace (Baihaqi, 2022; Indrawati, 2019).

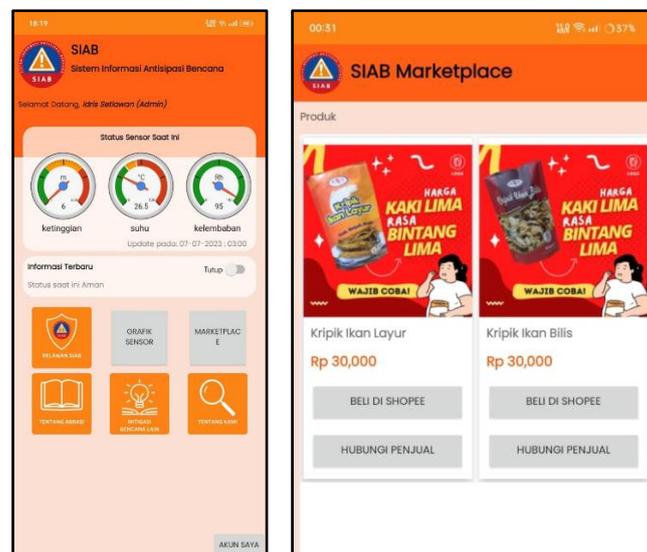
Pengetahuan masyarakat tentang Platform SIAB-Marketplace

Media sosial Platform SIAB-Marketplace yang telah disosialisasikan dan dilatihkan kepada para nelayan di Rembang timur diharapkan kelak dapat menjadi salah satu alternatif dalam transaksi online untuk produk-produk olahan hasil laut oleh para nelayan. Berikut merupakan tampilan aplikasi dari Platform SIAB-Marketplace yang telah dikembangkan oleh Juhadi et al. (2022).



Gambar 5. Mekanisme kerja SIAB-Marketplace yang telah dikembangkan oleh Juhadi et al. (2022).

Berikut tampilan Platform aplikasi SIAB-Marketplace:



Gambar 6. Tampilan Aplikasi SIAB-Marketplace.

Kendala-kendala

Kegiatan pengabdian ini tidak terlepas dari hambatan yang ditemukan pada saat di lapangan. Adapun hambatan yang paling banyak ditemukan adalah:

1. Keterbatasan literasi digital, masih banyak ditemui para nelayan yang belum melek teknologi informasi.

2. Tidak semua nelayan memiliki handphone yang standar.
3. Keterbatasan kuota internet.
4. Terbatasnya infrastruktur jaringan internet yang tersedia.

Hambatan yang ditemukan ini harapannya dapat ditindaklanjuti bersama terutama pemerintah untuk memastikan kesejahteraan para nelayan dapat tercapai. Nelayan sejahtera adalah impian semua pihak oleh karenanya perlu kebersamaan di antara para nelayan dan dukungan penuh dari pihak pemerintah terutama pengembangan infrastruktur wilayah.

PENUTUP

Simpulan. Pengabdian masyarakat yang dilakukan sudah mencapai sasaran dan tujuan berupa peningkatan kapasitas nelayan, khususnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan aplikasi transaksi digital online SIAB-Marketplace. Platform SIAB-Marketplace dalam proses bisnis disamping menjajakan bahan dagangan, juga dapat terkoneksi dengan bahan dagangan dari platform aplikasi marketplace lain yang selama ini telah banyak dikenal oleh Masyarakat. Dengan demikian akan lebih fleksibel, sesuai keinginan pengguna (penjual/pembeli).

Saran. Melalui pendampingan yang berkelanjutan akan mendorong peningkatan pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi digital yang dapat meningkatkan diversifikasi hasil olahan perikanan dan nelayan berkelanjutan. Dengan demikian dapat menjamin peningkatan kesejahteraan bagi para nelayan tradisional/marginal yang banyak tersebar di seluruh wilayah pesisir di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E., & Imaniar, D. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Pondok Mimbo dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran Administrasi Kependudukan dan Kemandirian Nelayan Empowerment of Pondok Mimbo Coastal Communities in an Effort to Increase Awareness of Population Administration and Fisherman. *Journal of Aquaculture Science*, 6, 214–223.
- Asmirelda, L., Rahardjo, Y. F., Megawati, N. M. D., Rajagukguk, Y., Octaviani, E. S., & Oktaria, H. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Nelayan melalui Inkubator Bisnis dalam Mengolah Hasil Laut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas)*, 2(1), 52–62.
- Baihaqi, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Sukarela (Sirela) di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS-BMT) Makmur Mandiri Sukoharjo Tahun (2019-2021). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1255 – 1260.
- Demiroglu, N. (2021). E-commerce as A Tool for The Development of Small Business. *SHS Web of Conferences*, 106, 01022. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202110601022>

- Indrawati, L. (2019). Pengelolaan Sentra Industri Kerajinan Blangkon Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Di Bugisan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 2(2), 319–338. <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.022-06>
- Ismail, I., Gunaisah, E., Ulat, M. A., & Poltak, H. (2021). Pelatihan Teknologi Sistem Informasi bagi Nelayan pada Masa Covid-19 di Era Digital. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 566–574.
- Juhadi, J., Trihatmoko, E., Hamid, N., & Sa'adah, N. (2022). *Sistem Informasi Antisipasi Bencana (SIAB) Berbasis WebGis Partisipatif untuk Meningkatkan Kesiapsiagaan Bencana dan Pengembangan Perekonomian Masyarakat Pesisir Rembang Timur (Laporan Penelitian)*. LPPM UNNES (Tidak diterbitkan).
- Kementerian PUPR. (2018). *Review RPIJM Bidang Cipta Karya Kabupaten Rembang Tahun 2018-2022*. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. https://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_1540922836Microsoft_Word_-_BAB_2_Profil_Kabupaten_Akhir.pdf
- Khusuma, A. M. (2020). *Efektifitas Pelaksanaan Program Penyuluhan Perikanan dalam Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Desa Pulau Sorok, Kecamatan Kecamatan Singkil, Kabupaten Aceh Singkil*.
- Nuryanto, N., & Haryono, H. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Pesisir Pantai Utara Jawa Tengah Melalui Koperasi Nelayan Dan E-Commerce. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, 18(1), 49–63.
- Oktavianti, U. (2020). *In depth interview: Pemanfaatan Platform Digital dalam Pemasaran Produk Perikanan dan Kelautan Indonesia: Studi Kasus di Aruna Indonesia*.
- Suryadi. (2020). *Focus Group Discussion: Pemanfaatan Platform Digital dalam Pemasaran Produk Perikanan dan Kelautan Indonesia: Studi Kasus di Aruna Indonesia*.
- Tinambunan, H. S. R. (2016). Pemberdayaan masyarakat desa pesisir melalui penguatan budaya maritim dalam menghadapi pasar bebas masyarakat ekonomi ASEAN. *Fiat Justisia Journal of Law*, 10(1), 15–33.
- Warya. (2020). *Focus Group Discussion: Pemanfaatan Platform Digital dalam Pemasaran Produk Perikanan dan Kelautan Indonesia: Studi Kasus di Aruna Indonesia*.
- Wulandari, O. A. D., Ujiani, U., & Putri, N. R. (2020). Analisis Pemanfaatan Marketplace dalam Meningkatkan Pendapatan bagi Penjualan Produk UMKM di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(November), 96–101.