

MEMBERDAYAKAN PERERMPUAN MELALUI GERAKAN WOMENPRENEUR DI INDUSTRI KEMPLANG PENGOLAHAN IKAN DI DESA BALUNIJUK KABUPATEN BANGKA

Fitri Ramdhani Harahap^{1*},
Nurvita Wijayanti²

¹⁾ Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bangka Belitung

²⁾ Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bangka Belitung

Article history

Received : 9 Maret 2022

Revised : 3 April 2022

Accepted : 12 Mei 2022

*Corresponding author

Fitri Ramdhani Harahap

Email: dha3n@yahoo.com

Abstrak

Perempuan sebagai pengusaha atau *womenpreneur* memiliki peran signifikan dalam membangun perekonomian rumah tangga dan masyarakat, dalam skala lokal dan nasional. Sumbangsih *womenpreneur* ini tidak dapat dipandang sebelah mata karena sejak lama perempuan telah mengambil peran untuk membantu menopang perekonomian rumah tangga dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di sekitarnya. Sama halnya dengan perempuan sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) di Desa Balunijuk, Kabupaten Bangka yang telah membangun usaha Industri Rumah Tangga (IRT) produk kemplang yang memanfaatkan hasil laut telah bertahan dalam lima tahun terakhir ini dengan kondisi seadanya yaitu modal dan manajemen usaha. Oleh karena itu, untuk mengembangkan usaha *womenpreneur* ini dibutuhkan strategi penguatan agar usaha dapat dikembangkan. Adapun upaya yang dapat dilakukan adalah memberdayakan peran perempuan dalam membangun ekonomi berkelanjutan dan melakukan inovasi dan membangun inovasi serta kompetisi di era digital revolusi industri 4.0 dengan meningkatkan kapasitas *womenpreneur* dalam menerapkan *E-Marketing* dan *Business Skill Development*. Kegiatan sosialisasi kepada masyarakat dan *monitoring* dan evaluasi telah sukses dilakukan. Kedepannya ada tindak lanjut dan monitor bersama atas perkembangan program ini.

Kata Kunci: *Womenpreneur*, Industri Rumah Tangga, Kemplang

Abstract

Women as entrepreneurs or womenpreneur have a significant role in growing in society and the household economy both on the local and national scales. This contribution cannot be ignored since women have supported the household economy for a long time by utilizing surrounding sources. It happens to the women in Balunijuk, Bangka district, as housewives. They have developed a Household Business of 'Kemplang' product by utilizing the seafood product within the last five years. Surprisingly they do the business with limited conditions, budget, and business management. Therefore, it needs a strategy to thrive this womenpreneur program to survive. Some strategies to do are to empower women's potential in building up the household economy and developing innovation by sharpening the competition in this digital era of the 4.0 industrial revolution. E-marketing and Business Skill Development are the subjects to develop the womenpreneur program. Socialization and monitoring have been successfully conducted.

Keywords: *Womenpreneur*, Household Industry, 'Kemplang' Seafood Product

Copyright © 2022 Fitri Ramdhani Harahap dan Nurvita Wijayanti

PENDAHULUAN

Universitas Bangka Belitung (UBB) memiliki cita-cita yang tertuang dalam visi, misi, dan tujuan Universitas, salah satunya adalah melaksanakan pengabdian masyarakat sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian kepada masyarakat memiliki empat bidang kajian pengabdian utama yaitu: ketahanan pangan, penciptaan dan pemanfaatan energi baru dan terbarukan, kemaritiman, dan sosial humaniora.

Oleh karena itu, tema "pemberdayaan perempuan dalam pembangunan sosial kemasyarakatan" dengan target pemberdayaan perempuan sebagai pengusaha Industri Rumah Tangga (IRT) produk kemplang yang ada di Desa Balunijuk, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung perlu dilakukan. Pemberdayaan perempuan ini diharapkan dapat membangun kemandirian perempuan pedesaan secara sosial, ekonomi, budaya, politik, dan hukum.

Desa Balunijuk merupakan salah satu desa yang potensial untuk berkembang baik secara ekonomi, sosial, politik dan hukum. Keberadaan Universitas Bangka Belitung menjadi tata ruang yang strategis bagi masyarakat Balunijuk untuk berkembang. Balunijuk merupakan desa yang tepat dan representatif jika dilakukan kegiatan pengabdian terutama di bidang pembangunan ekonomi. Dampak sosial ekonomi dirasakan oleh masyarakat setempat sejak hadirnya Universitas Bangka Belitung. Balunijuk dikenal sebagai desa yang berpotensi di bidang pertanian dan perkebunan.

Namun, fakta yang menarik ditemukan bahwa kondisi sosial ekonomi yang sedang berkembang di desa tersebut, satu diantaranya yakni Industri Rumah Tangga (IRT) yang dilakukan oleh perempuan sebagai ibu rumah tangga yakni usaha produksi kemplang yang didistribusikan setiap warung-warung baik di desa maupun di luar desa, bahkan produksi tersebut menjadi produk oleh-oleh bagi masyarakat luar yang berkunjung ke Desa Balunijuk.

Industri Rumah Tangga (IRT) produk kemplang di Desa Balunijuk ini merupakan usaha rumahan yang menjadi ciri khas Industri Rumah Tangga (IRT) di Pulau Bangka dan Belitung yang dijalankan dengan mengolah bahan dari hasil laut seperti ikan, udang, dan cumi-cumi. Jenis usaha olahan makanan laut tumbuh subur karena berlimpahnya bahan baku pembuatan makanan olahan laut. Ini jugalah yang dikembangkan oleh beberapa pengusaha perempuan atau *womenpreneur* skala rumahan yang ada di Desa Balunijuk. Terdapat beberapa usaha, namun yang berkembang dan bertahan dalam lima tahun terakhir ini hanya beberapa usaha saja yaitu milik Ibu Suki dan Ibu Sumi.

Produk yang mereka hasilkan sudah dikemas lebih menarik, seperti plastik kemasan lebih tebal untuk menjaga kualitas kemplang lebih tahan lama, mencantumkan mereka usaha atau merek kemplang pada kemasannya, dan memproduksi secara berkala dan berkelanjutan. Sebagai *womenpreneur*, usaha yang dimiliki oleh Ibu Suki dan Ibu Sumi selayaknya mendapatkan pendampingan dan pembinaan agar dapat bertahan dan berkembang. Industri Rumah Tangga (IRT) produk kemplang seperti ini merupakan jenis usaha kecil dan menengah atau IKM yang memberikan kontribusi terhadap perekonomian di tingkat rumah tangga, masyarakat, dan negara.

Pada tahun 2016, industri kecil dan menengah memberikan kontribusi sebesar 99,9% atau 57,9 juta dari total bisnis di Indonesia. Keterlibatan perempuan di dunia wirausaha terutama industri kecil cukup signifikan, dari 57,9 juta pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia, 60% pelakunya adalah perempuan. UKM juga berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57,93% dari total PDB tahun 2014 sebesar Rp 10,4 triliun (Hendrayati et al., 2019).

Oleh karena itu, kehadiran dan peran perempuan di dunia wirausaha atau *entrepreneur* sangat penting dalam pembangunan ekonomi sehingga memberi kontribusi terhadap perekonomian masyarakat (Sandri & Hardilawati, 2019). Perempuan menjadi sumber daya penting dan "mesin baru" pertumbuhan dan pembangunan ekonomi khususnya di negara berkembang, seiring dengan jumlah pengusaha perempuan yang semakin meningkat, dimana pada tahun 2015 sebanyak 1,65% dari 253,61 juta penduduk adalah perempuan. Mereka menyumbang signifikan pada pengentasan kemiskinan secara sosial dan politik melalui peran ekonomi di luar rumah sebagai pekerja di industri tekstil, makanan dan minuman, industri kulit, rokok, dan sebagainya, bahkan sebagai pemilik wirausaha itu sendiri untuk berusaha secara produktif belum memadai (Tambunan, 2017; Sujarwo et al., 2017).

Perempuan sebagai *womenpreneur* sejauh ini masih menghadapi banyak hambatan, terutama terkait kesenjangan gender dan kemampuan pengelolaan dalam berusaha. Kemampuan perempuan mengelola usaha masih diragukan dan perannya dianggap "kecil" karena label atau cap yang dibangun berdasarkan konstruksi sosial yaitu perempuan sebagai pengurus rumah tangga saja. Paham ini merupakan bagian dari budaya patrilineal yang masih berkembang di masyarakat, yang memandang perempuan sebagai

masyarakat "kelas dua" atau subordinat-nya laki-laki, perempuan tidak mendapatkan hak-haknya untuk mengakses sumber daya ekonomi dan pembangunan.

Terkait pengelolaan usaha, hambatan lain yang sering dialami perempuan sebagai *womenpreneur* adalah sulitnya akses ke keuangan atau modal sebagai bantuan untuk membangun usaha, akses ke pasar untuk menjual dan mendistribusikan produk yang dihasilkan, akses informasi di era digital yang semakin berkembang dan terbuka untuk menjangkau pasar, konsumen, pemasok produk, serta akses peningkatan kapasitas seperti pelatihan, pameran, dan studi banding (Helmiatin, 2017).

Perempuan, dalam hal ini ibu rumah tangga yang mengelola usaha kemplang rumahan juga mengalami situasi yang sama seperti yang digambarkan di atas. Hambatan modal, alat, dan tenaga kerja untuk mengembangkan usaha dialami oleh usaha ini. Usaha yang dirintis oleh Ibu Suki misalnya, mengelola usaha dengan bantuan modal seadanya yang bersumber dari sirkulasi keuntungan usaha, selain itu tenaga kerja utama yang hanya mengandalkan Ibu Suki dan suaminya dalam mengerjakan pekerjaan utama yaitu mengolah bahan dasar kemplang, menjemur, dan menggoreng. Sementara untuk membungkus dibantu oleh anak-anaknya, dan untuk menghantarkan ke warung-warung masih dilakukan sendiri oleh Ibu Suki.



Gambar 1. Kemasan Kemplang

Selain itu, hambatan yang dihadapi perempuan sebagai *womenpreneur* adalah kesenjangan dalam penguasaan teknologi, mengenali pasar produk, ketidakmampuan dalam perencanaan (Hendrayati et al., 2019). Hal ini juga menjadi hambatan yang dihadapi oleh usaha kemplang rumahan yang dirintis oleh Ibu Sumi, dimana Ibu Sumi menjalankan usahanya hanya dengan cara atau metode sederhana terkait pengaplikasian teknologi, tidak pernah melakukan *market research* dan tidak memiliki kemampuan perencanaan usaha.



Gambar 2. Proses Pembuatan Kemplang

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 8 bulan, yang dimulai dari bulan April sampai dengan November 2021 di Desa Balunijuk, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Lokasi ini berada di lingkungan Kampus Terpadu Universitas Bangka Belitung dengan jarak 1,5 Km, sehingga menjadi prioritas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian agar tumbuh kembang pembangunan kampus sejalan dengan tumbuh kembang pembangunan masyarakat di sekitarnya. Selain itu, di desa ini juga terdapat Industri Rumah Tangga (IRT) pengolahan ikan yaitu produk kemplang yang sejak lama telah dijalankan oleh perempuan.

Langkah-langkah yang diambil dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan perempuan melalui gerakan *womenpreneur* industri kemplang rumahan yaitu:

- a) Tahapan penyampaian masalah dengan pendekatan diskusi kelompok. Diskusi kelompok dilaksanakan dengan mengundang ibu-ibu yang terlibat dalam industri kemplang, baik sebagai pemilik maupun pekerja. Kegiatan diskusi dilaksanakan untuk mendapatkan masukan dari seluruh peserta terkait permasalahan yang sering dihadapi selama menjalankan industri kemplang rumahan. Adapun masalah-masalah yang dihadapi adalah pengetahuan untuk mengembangkan usaha, keterbatasan alat pemotong kemplang dan alat perekat plastik, kemasan dan merek belum konsisten digunakan, metode penjemuran yang masih sangat tergantung dengan sinar matahari alami, dan pemasaran secara online.
- b) Tahapan mengkaji masalah berdasarkan fakta lapangan dengan pendekatan identifikasi masalah dan cara mengatasi. Tahapan identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan pemilihan prioritas permasalahan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan saat menjalankan usaha kemplang rumahan. Ibu-ibu sebagai pelaku usaha dan fasilitator mengidentifikasi masalah prioritas sebagai berikut; prioritas pertama pengembangan pemasaran secara *online* atau *e-marketing* dengan memperbaiki kemasan dan merek serta mengelola sistem pemasaran melalui sosial media seperti *facebook*, dan prioritas kedua adalah melakukan pengembangan usaha dengan melibatkan lebih banyak ibu-ibu di Desa Balunijuk.
- c) Tahapan membahas masalah dengan pendekatan menghimpun informasi dari berbagai sumber dan pakar. Fasilitasi dilakukan dengan melibatkan pakar yang telah berpengalaman dalam mengelola usaha kemplang. Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan ibu-ibu pengusaha kemplang rumahan yang dibagi ke dalam dua kelompok pelatihan yaitu pelatihan *e-marketing* dan pelatihan *business skill development*.
- d) Tahapan menyusun kegiatan pemecahan masalah dengan pendekatan kerjasama. Pemecahan masalah ditemukan dalam kegiatan pelatihan *e-marketing* dan pelatihan *business skill development*. Peserta pelatihan mendapatkan masukan terkait prioritas permasalahan yang akan diselesaikan dan dijadikan sebagai acuan pengembangan usaha.
- e) Tahapan evaluasi hasil kerja dengan pendekatan mendapatkan masukan. Evaluasi dilaksanakan setelah pelaksanaan pelatihan dengan melibatkan ibu-ibu yang telah mengikuti pelatihan. Hasil evaluasi yang ditemukan adalah bahwa masih dibutuhkan pendampingan terkait bagaimana memaksimalkan penggunaan sosial media untuk *e-marketing*.

HASIL PEMBAHASAN

Pemberdayaan Peran Perempuan dalam Membangun Ekonomi Berkelanjutan di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka

Peran perempuan dalam perekonomian yang dijelaskan dalam UUD 1945 hasil amandemen ke empat 2002, yang menyebutkan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka perempuan memiliki kesempatan yang besar untuk berperan dalam pembangunan ekonomi. Kesempatan ini juga menjadi peluang bagi perempuan untuk mewujudkan keadilan dan kesetaraan gender dan meningkatkan kesejahteraan, juga meningkatkan pemenuhan kebutuhan dasar dan kebutuhan sosial

keluarganya (Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak, 2018). Dengan demikian, peluang perempuan ini tertuju pada upaya pencapaian tujuan pembangunan nasional dan pencapaian tujuan pembangunan millennium (*Millennium Development Goals-MDGs*).

Prioritas pemberdayaan perempuan dalam pembangunan berkelanjutan, khususnya di Indonesia terkait dengan peran perempuan dalam kehidupan sehari-hari sebagai individu maupun sosial yaitu sebagai perempuan, ibu, maupun istri. Peran perempuan yang dimaksud adalah peran pemenuhan kebutuhan akan air, sumber energi, sumber pangan, kesehatan, dan pendidikan yang tercakup dalam tiga (3) pilar pembangunan berkelanjutan yaitu pilar ekologi atau lingkungan, ekonomi, dan sosial. Prioritas pemberdayaan perempuan dalam pembangunan berkelanjutan yaitu: a) pemecahan masalah air dan sanitasi lingkungan; b) sumber daya energi; c) kesehatan perempuan dan anak; d) diversifikasi pangan dan ekonomi ramah lingkungan; dan e) pendidikan dan upaya penurunan tingkat kemiskinan (Dewi, 2017). Terkait upaya pemberdayaan peran perempuan dalam kegiatan ini, maka sangat berhubungan dengan prioritas ke lima yaitu pendidikan dan upaya penurunan tingkat kemiskinan, dengan meningkatkan ekonomi perempuan maka diharapkan penurunan kemiskinan dapat dicapai.

Pemberdayaan terhadap perempuan sebagai ibu rumah tangga sekaligus pengusaha atau pelaku bisnis (*womenpreneure*) kemplang di Desa Balunujuk ini merupakan salah satu upaya untuk membangun perekonomian yang berkelanjutan dan upaya penurunan tingkat kemiskinan, sebab usaha ini merupakan bentuk usaha yang dilakukan perempuan sejak lama, dilakukan di rumah, keterampilan memasak kemplang yang memang biasa dilakukan, dan melibatkan anggota keluarga sebagai tenaga kerja. Usaha rumahan pembuat Kemplang ini dapat dikategorikan sebagai bentuk peluang usaha yang bisa memberdayakan dan dilakukan oleh perempuan sebagai ibu rumah tangga lainnya.



Gambar 3. Proses Pengemasan Kemplang

Membangun Inovasi dan Kompetisi di Era Digital

Era industri 4.0 yang berbasis digitalisasi dan otomatisasi dalam setiap prosesnya yang membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan kemampuan dalam mengelola usaha agar dapat bersaing dan bertahan. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam beradaptasi dengan teknologi digital tersebut adalah cara membesarkan atau memperkenalkan merek produk secara *online* dan *offline* sehingga memiliki keunikan yang tidak dimiliki kompetitor yaitu dengan menggunakan *digital marketing* atau *e-marketing* melalui *market place*, dan meningkatkan kompetensi melalui *business skill development* (Rofaida et al., 2020). Upaya ini dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada perempuan pelaku bisnis kemplang rumahan sebagai *womenpreneure*. Pelatihan yang diberikan dalam bentuk: (1) Pelatihan *E-Marketing*; (2) Pelatihan *Business Skill Development*.

a. E-Marketing Pemasaran atau marketing merupakan ujung tombak suatu usaha yang membutuhkan ketekunan dan kreativitas pada tahapan proses sosial dan manajerial yang berusaha mempengaruhi

individu dan kelompok memenuhi kebutuhannya melalui pertukaran produk dan nilai secara timbal balik dengan orang lain. Indonesia memiliki potensi *e-marketing* atau *digital marketing* yang sangat besar, berdasarkan hasil penelitian McKinsey sekitar 30% usaha di Indonesia yang menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan usaha. Pemanfaatan *e-marketing* atau *digital marketing* dapat mendorong perkembangan usaha dan menjadi pusat kekuatan ekonomi dengan memasarkan produk secara online. Metode ini menggunakan internet secara maksimal sebagai bagian dari strategi pemasaran dan branding produk (Awali, 2020). Kegiatan pelatihan *E-Marketing* dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada ibu-ibu yang telah memiliki usaha kemplang juga kepada Ibu Rumah Tangga (IRT) yang belum memulai usaha. Pelatihan kewirausahaan digital ini diadakan untuk meningkatkan pengetahuan IRT terkait *digital marketing* atau *e-marketing* mengenai bagaimana mereka memasarkan produk secara online.



Gambar 4. Peserta Pelatihan E-Marketing

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat tidak dapat dilepaskan dari perangkat elektronik yang telah masuk ke semua segmen kehidupan. Digital market place yang muncul dari digitalisasi dengan konsep tanpa batas waktu dan tempat untuk membangun pasar. Persyaratan yang harus dipenuhi untuk membangun *e-marketing* melalui *market place* yaitu; (1) mudah dan efisien; (2) memberikan value yang lebih besar; (3) teknologi yang digunakan menjamin efisiensi; (4) mampu mengkonsolidasi pasar yang terfragmentasi; (5) mempermudah pemasok untuk bergabung; (6) mampu melayani permintaan besar; (7) memperluas penggunaan teknologi digital; (8) mampu memenuhi kebutuhan harian; (9) mampu mengkonsolidasi pembayaran; dan (10) mendongkrak jejaring

b. Business Skill Development

Business skill adalah proses penerapan pengetahuan atau kemampuan secara berulang dan dipelajari yang dimiliki oleh seseorang. *Skill* dapat berubah seiring dengan pelatihan atau pengalaman sehingga dapat menguasai kemampuan tertentu. *Skill development* merupakan program atau kegiatan pembinaan, pelatihan, dan workshop untuk menjalankan peran sebagai pelaku usaha, dalam hal ini *womenpreneur* (Fitri et al., 2020). Melalui pelatihan ini diharapkan perempuan dapat menambah wawasan manajemen dan keuangan serta mampu membuat merek produknya dan mampu memasarkan produknya dengan efektif. Keterampilan yang telah dilaksanakan adalah pengetahuan kewirausahaan,

manajemen keuangan, manajemen pemasaran, membuat merek dan memiliki ketrampilan inovasi produk.



Gambar 5. Peserta Pelatihan Business Skill Development

Pendekatan *business skill development* yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah melalui pelatihan dengan model pelatihan kewirausahaan melalui *Problem Based Learning* (PBL) merupakan salah satu strategi pelatihan yang berorientasi pada *Contextual teaching and learning process* (CTL). PBL adalah pembelajaran yang lebih menekankan pada pemecahan problem autentik yang terjadi sehari-hari, sementara CTL merupakan konsep pelatihan yang membantu pelatih mengaitkan antara materi pelatihan dengan situasi dunia nyata dan mendorong peserta pelatihan untuk menggunakan pengetahuan yang dimilikinya dapat diterapkan dalam kehidupan mereka sebagai anggota masyarakat (Indriyatni et al., 2015).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan memberdayakan Ibu Rumah Tangga (IRT) produk kemplang yang telah memiliki usaha kemplang yang memanfaatkan hasil laut menjadi *womenpreneur* dengan memberikan penguatan kapasitas dalam bentuk pelatihan *digital marketing* atau *e-marketing* mengenai bagaimana mereka memasarkan produk secara online dan pelatihan *Business skill development* cukup efektif namun dibutuhkan penguatan sebagai kelanjutan kegiatan pengabdian. Melalui kegiatan pemberdayaan ini diharapkan dapat membangun perekonomian perempuan yang berkelanjutan dan dapat mengentaskan kemiskinan yang dialami oleh perempuan dan keluarganya. Sebagai *womenpreneur*, usaha yang dimiliki oleh Ibu Suki dan Ibu Sumi selanjutnya mendapatkan pendampingan dan pembinaan agar dapat bertahan dan berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung (LPPM UBB) yang telah memberikan dana kegiatan Pengabdian Masyarakat tingkat Fakultas (PMTF) Tahun 2021. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Mitra kegiatan pengabdian ini yaitu Usaha Kemplang Rumahan Sumi dan Suki di Desa Balunujuk.

PUSTAKA

Awali, H. (2020). URGENSI PEMANFAATAN E-MARKETING PADA KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KOTA PEKALONGAN DI TENGAH DAMPAK COVID-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>

- Dewi, Y. S. (2017). PERAN PEREMPUAN DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN WOMEN IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Lingkungan Dan Pembangunan*, 12(2), 61–64. <https://doi.org/10.21009/PLPB.122.05>
- Fitri, H. N., Putra, R. B. P. B., & Lusiana, L. L. (2020). PENGARUH BUSINESS KNOWLEDGE TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE MELALUI BUSINESS SKILL DAN INNOVATION PADA UMKM KOTA PADANG DI ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Benefita*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i1.4405>
- Helmiatin. (2017). Womanpreneur di Indonesia. In *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif* (pp. 59–71). Universitas Terbuka. <http://repository.ut.ac.id/7041/1/fe2017-05-helmiatin.pdf>
- Hendrayati, H., Gaffar, V., Budiman, A., & Ridwanudin, O. (2019). Analysis of Typology of Womenpreneur in Fashion. *Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 119–122. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.29>
- Indriyatni, L., Purwanto, A. B., & Wahyuningsih, P. (2015). Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan untuk Perempuan Pengangguran di Kabupaten Demak. *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 313–325. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/772>
- KEMENTERIAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK. (2018). *DAYA SAING PEREMPUAN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/1708/daya-saing-perempuan-di-era-revolusi-industri-4-0>
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Sandri, S. H., & Hardilawati, W. L. (2019). The WOMENPRENENURS: Problem dan Prospect in Digital Era. *JURNAL AKUNTANSI & EKONOMIKA*, 9(1), 93–98. <https://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1339>
- Sujarwo, S., Trisanti, T., & Santi, F. U. (2017). PENGEMBANGAN MODEL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DESA WISATA MELALUI PENDIDIKAN BERBASIS KOMUNITAS. *JURNAL PENELITIAN ILMU PENDIDIKAN*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.21831/jpipfip.v10i1.16798>
- Tambunan, T. T. H. (2017). Women Entrepreneurs in MSEs in Indonesia: Their Motivations and Main Constraints. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 5(1), 88–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.15640/ijgws.v5n1p9>

Format Sitasi: Harahap, F.R & Wijayanti, N. (2022). Memberdayakan Perempuan Melalui Gerakan Womenpreneur di Industri Kempang Pengolahan Ikan di Desa Balunujuk Kabupaten Bangka. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 3(2): 371-378. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1835>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))