

Strategi Modal dan Pemasaran dalam Pengembangan Ekonomi Lokal: Perspektif Ekonomi Islam

Rizky Hamdala Putra^{1*}, Muhammad Yusuf Bahtiar, Is Susanto

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: rahmiami3108@gmail.com¹, myusufbahtiar@radenintan.ac.id², issusanto@radenintan.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis implementasi strategi permodalan dan pemasaran berbasis ekonomi Islam dalam meningkatkan kesejahteraan komunitas nelayan. Strategi permodalan mencakup skema pembiayaan seperti *qard hasan* dan *mudharabah*, sedangkan strategi pemasaran berfokus pada penerapan prinsip halal dan pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini mengintegrasikan pendekatan literasi keuangan syariah, keterlibatan koperasi berbasis syariah, dan kebijakan pemerintah dalam mendorong inklusi keuangan di komunitas pesisir. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan nelayan dan pemangku kepentingan terkait, serta analisis dokumentasi. Peneliti menggunakan analisis tematik untuk mengolah data yang diperoleh dari komunitas nelayan di Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang, Kota Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi permodalan berbasis syariah, seperti *qard hasan* dan *mudharabah*, memiliki dampak signifikan terhadap produktivitas dan stabilitas ekonomi nelayan. Selain itu, pemasaran berbasis teknologi digital memungkinkan nelayan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan margin keuntungan, dan mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi keuangan syariah dan keterbatasan akses terhadap teknologi masih menjadi hambatan utama. Dengan dukungan yang tepat melalui edukasi, investasi teknologi, dan kebijakan yang mendorong inklusi keuangan berbasis syariah, strategi ini berpotensi menghasilkan dampak sosial dan ekonomi yang lebih berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Permodalan, Pemasaran Halal, Ekonomi Islam, Literasi Keuangan Syariah

Abstract

This study aims to examine and analyze the implementation of capital and marketing strategies based on Islamic economics in improving the welfare of fishing communities. The capital strategy includes financing schemes such as qard hasan and mudharabah, while the marketing strategy focuses on the application of halal principles and the utilization of digital technology. This research integrates the approach of Islamic financial literacy, the involvement of sharia-based cooperatives, and government policies in fostering financial inclusion within coastal communities. This study employs a qualitative research design with a descriptive-analytical approach. Data is collected through direct observations, in-depth interviews with fishermen and relevant stakeholders, and documentation analysis. The researcher utilizes thematic analysis to process the data obtained from the fishing community at Kelompok Nelayan Perikanan

Tangkap Gudang Lelang in Bandar Lampung City. The findings indicate that sharia-based capital strategies, such as qard hasan and mudharabah, have a significant impact on fishermen's productivity and economic stability. Additionally, digital technology-based marketing enables fishermen to reach a broader market, increase profit margins, and reduce dependency on middlemen. However, challenges such as low Islamic financial literacy and limited access to technology remain major obstacles. With proper support through education, technological investment, and policies promoting sharia-based financial inclusion, these strategies have the potential to generate more sustainable social and economic impacts.

Keywords: Capital Strategy, Halal Marketing, Islamic Economics, Islamic Financial Literacy

1. PENDAHULUAN

Ekonomi lokal memegang peran strategis dalam mendukung pembangunan nasional, terutama di negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Salah satu sektor yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal adalah perikanan, yang tidak hanya menjadi sumber penghidupan utama bagi masyarakat pesisir tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi daerah. Namun, komunitas nelayan, termasuk Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang di Kelurahan Kangkung, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung, menghadapi berbagai tantangan serius, seperti sulitnya akses modal, fluktuasi harga hasil tangkapan, dan keterbatasan dalam strategi pemasaran. Tantangan ini tidak hanya menghambat kesejahteraan komunitas nelayan tetapi juga membatasi potensi pengembangan ekonomi lokal.

Dalam ekonomi Islam, keberlanjutan ekonomi dan keadilan sosial menjadi prinsip utama. Prinsip ini tercermin dalam instrumen keuangan syariah seperti qard hasan (pinjaman kebajikan tanpa bunga), mudharabah (bagi hasil), dan musyarakah (kerjasama modal). Berbeda dengan sistem keuangan konvensional, instrumen syariah memberikan solusi yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan dalam mengatasi persoalan permodalan (Gani). Selain itu, pemasaran berbasis prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan keberlanjutan, juga memberikan nilai tambah yang signifikan dalam meningkatkan daya saing produk nelayan. Prinsip-prinsip ini mendorong terciptanya kepercayaan dan loyalitas konsumen, yang menjadi kunci keberhasilan dalam pemasaran hasil perikanan (Syah). Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip keadilan dan kesejahteraan bersama menjadi landasan utama dalam merancang kebijakan ekonomi. Salah satu teori yang relevan adalah konsep maqasid al-shariah, yang menekankan pentingnya perlindungan terhadap lima aspek utama: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks ekonomi, perlindungan terhadap harta (hifz al-mal) berfokus pada pengelolaan sumber daya yang berkeadilan dan berkelanjutan (Kesuma Ayu and Ramon; Lusiana). Teori ini mendasari pentingnya pengembangan model permodalan syariah yang dapat diakses oleh komunitas nelayan tanpa membebani mereka dengan sistem bunga yang eksploitatif.

Di sisi lain, lembaga keuangan syariah memainkan peran strategis dalam mendukung inklusi keuangan di masyarakat lokal. Sebagaimana studi oleh Pratiwi & Hidayat menunjukkan bahwa produk keuangan syariah, seperti mudharabah dan

musyarakah, memiliki potensi besar dalam meningkatkan kapasitas keuangan kelompok marginal (Pratiwi and Hidayat). Lembaga keuangan syariah tidak hanya memberikan akses modal, tetapi juga mendorong kolaborasi antara pemilik modal dan pelaku usaha dalam berbagi risiko dan keuntungan secara adil (Widiaty and Nugroho; Ilmi et al.). Namun, keterbatasan literasi keuangan syariah sering kali menjadi hambatan utama bagi kelompok masyarakat seperti nelayan untuk memanfaatkan instrumen ini secara optimal.

Prinsip pemasaran dalam ekonomi Islam juga mendapatkan perhatian yang signifikan dalam literatur terkini. Menurut Femy Sasongko, et al., dan Karina Salsabila, konsep pemasaran halal lebih dari sekadar memastikan kehalalan produk; konsep ini mencakup transparansi, kejujuran, dan keberlanjutan dalam setiap tahap proses pemasaran (Femy Sasongko et al.; Karina Salsabila). Dalam konteks komunitas nelayan, strategi ini dapat diterapkan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, menciptakan nilai tambah pada produk hasil tangkapan, dan memperluas akses pasar melalui pendekatan berbasis etika. Lebih jauh, penelitian oleh Khan et al. (2021) menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam pemasaran halal memberikan peluang baru bagi pelaku usaha kecil, termasuk nelayan. Teknologi digital, seperti platform e-commerce berbasis syariah, memungkinkan pemasaran yang lebih luas dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip Islam (Rahmayanti; Putri Indah Permatasari and Masruchin; Rahman). Dalam konteks komunitas nelayan, pemanfaatan teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok dan memastikan keterlacakan produk, yang menjadi nilai tambah di pasar global.

Selain itu, teori pembangunan berbasis komunitas (community-based development) relevan dalam konteks ini (Safitri et al.). Pendekatan ini menekankan pentingnya pelibatan aktif masyarakat dalam proses pembangunan ekonomi, sehingga hasilnya lebih berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan lokal (Sri Mulatsih et al.). Dalam komunitas nelayan, pendekatan ini dapat diterapkan melalui pelatihan bersama, kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah, dan penguatan jaringan pemasaran berbasis lokal. Kebijakan pemerintah dalam mendukung penerapan prinsip ekonomi Islam di tingkat lokal. Ascarya & Masrifah dan Jamaludin, Miftahurrahmah, & Muizzudin menekankan bahwa regulasi yang mendukung pembentukan koperasi syariah dan akses terhadap dana bergulir berbasis syariah dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi di komunitas marginal (Ascarya and Masrifah; Jamaludin et al.). Dalam konteks nelayan, dukungan kebijakan ini dapat mengatasi masalah struktural, seperti rendahnya akses terhadap fasilitas keuangan formal dan lemahnya posisi tawar mereka di pasar. Abdulhameed, et al., dan Muneer & Khan menyoroti efektivitas qard hasan dalam meningkatkan inklusi keuangan di komunitas pedesaan, sementara Ismail et al. (2020) menunjukkan bahwa pemasaran halal dapat meningkatkan nilai kompetitif produk UKM (Muneer and Khan; Abdulhameed et al.; Camelia et al.; Armiani, B Basuki). Namun, penelitian yang mengintegrasikan strategi modal dan pemasaran berbasis syariah dalam konteks komunitas nelayan masih sangat terbatas. Padahal, nelayan memiliki karakteristik unik, seperti ketergantungan pada musim dan hasil tangkapan yang fluktuatif, yang memerlukan pendekatan khusus dalam pengembangan ekonomi mereka.

Penguatan ekonomi lokal berbasis syariah juga sejalan dengan konsep maqasid al-shariah, yaitu tujuan syariah untuk menjaga keberlanjutan ekonomi, melindungi harta, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fona et al.; Haque et al.). Dalam konteks nelayan, penerapan maqasid al-shariah tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga membangun solidaritas sosial dan keberlanjutan lingkungan. Selain itu, nilai-nilai Islam seperti amanah, kejujuran, dan tanggung jawab dapat memperkuat posisi komunitas nelayan dalam ekosistem ekonomi lokal. Komunitas nelayan juga dihadapkan pada tantangan struktural, seperti kurangnya dukungan kebijakan yang mendukung permodalan syariah dan minimnya literasi keuangan syariah di kalangan nelayan. Hal ini menunjukkan perlunya kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan komunitas nelayan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung penerapan prinsip ekonomi Islam. Penguatan literasi keuangan syariah dapat menjadi kunci dalam meningkatkan kapasitas mereka untuk mengakses instrumen keuangan syariah dan menerapkan strategi pemasaran berbasis nilai Islam (Sutarsih; Rachman et al.; Hermansyah et al.; Dewi and Ferdian).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi modal berbasis ekonomi Islam yang dapat diterapkan oleh komunitas nelayan untuk mengatasi tantangan permodalan dan mengeksplorasi pendekatan pemasaran berbasis nilai-nilai Islam dalam meningkatkan daya saing produk hasil tangkapan nelayan. Penelitian ini berkontribusi pada pengayaan literatur terkait pengembangan ekonomi lokal berbasis syariah dengan menekankan prinsip-prinsip keadilan dan keberlanjutan yang menjadi inti dari pendekatan ekonomi Islam. Selain memperkuat fondasi teoritis, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang penerapan strategi modal dan pemasaran berbasis syariah. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi aplikatif bagi pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung penguatan ekonomi lokal melalui pendekatan yang inklusif dan berkeadilan. Rekomendasi ini mencakup strategi konkret untuk meningkatkan literasi keuangan syariah, memperluas akses teknologi di komunitas pesisir, serta mendorong kolaborasi antara berbagai pihak dalam menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang lebih kuat. Dengan demikian, temuan penelitian ini tidak hanya memperkaya wacana akademik dengan memberikan kerangka teoritis yang relevan, tetapi juga menawarkan panduan praktis yang mampu menjadi solusi holistik dalam memberdayakan komunitas nelayan, meningkatkan daya saing produk mereka, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam penerapan strategi modal dan pemasaran berbasis ekonomi Islam pada Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang di Kelurahan Kangkung, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung. Metode ini memungkinkan peneliti memahami konteks spesifik dan dinamika sosial-ekonomi yang terjadi dalam komunitas nelayan tersebut, termasuk bagaimana mereka mengakses permodalan dan menerapkan strategi pemasaran sesuai prinsip syariah.

Pendekatan studi kasus sangat efektif dalam menggali fenomena kompleks yang terjadi dalam konteks nyata (Larkin et al.; Priya; Simon). Dalam konteks penelitian ini, studi kasus digunakan untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam diterapkan secara praktis dalam mengatasi tantangan permodalan dan pemasaran di komunitas nelayan. Selain itu, Creswell menekankan bahwa pendekatan kualitatif membantu peneliti menangkap perspektif partisipan secara mendalam, yang sangat relevan dalam memahami dinamika lokal dan implementasi nilai-nilai Islam dalam strategi ekonomi (Creswell).

2.1 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah anggota kelompok nelayan, yang mencakup nelayan kecil, pemimpin komunitas nelayan, dan pemangku kepentingan lainnya, seperti perwakilan lembaga keuangan syariah. Subjek-subjek ini dipilih karena peran mereka yang signifikan dalam pengelolaan ekonomi lokal, baik dalam hal pengambilan keputusan maupun implementasi strategi modal dan pemasaran. Objek penelitian ini adalah strategi modal berbasis ekonomi Islam, seperti qard hasan, mudharabah, dan musyarakah, serta penerapan prinsip pemasaran halal, termasuk transparansi, kejujuran, dan keberlanjutan.

2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang, yang terletak di Kelurahan Kangkung, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung. Lokasi ini dipilih karena komunitasnya mencerminkan tantangan dan peluang dalam pengembangan ekonomi berbasis syariah. Sebagai salah satu pusat aktivitas perikanan di Bandar Lampung, kelompok nelayan ini memiliki potensi besar dalam penerapan strategi modal dan pemasaran berbasis syariah.

2.3 Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman dan persepsi anggota kelompok nelayan terkait akses permodalan dan praktik pemasaran mereka. Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung proses lelang, distribusi hasil tangkapan, serta interaksi kelompok dengan lembaga keuangan syariah. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data empiris melalui arsip kelompok nelayan, laporan kegiatan, serta kebijakan lokal terkait pengelolaan perikanan.

2.4 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, yang melibatkan proses reduksi data, kategorisasi, dan interpretasi berdasarkan teori ekonomi Islam, seperti maqasid al-shariah. Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dikategorikan ke dalam tema utama, seperti akses modal berbasis syariah, pemasaran halal, dan dampak terhadap kesejahteraan nelayan (Sugiono; Denzin and Lincoln). Hasil analisis ini diinterpretasikan untuk memberikan wawasan yang relevan tentang penerapan prinsip ekonomi Islam di komunitas nelayan.

2.5 Keabsahan Data

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi. Selain itu, peneliti melakukan member checking dengan melibatkan responden untuk mengonfirmasi kebenaran data yang telah dikumpulkan. Dokumentasi proses penelitian juga dilakukan secara sistematis untuk memberikan transparansi dalam analisis (Priya; Tommie Nathan McGee II).

2.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi hasil, karena fokusnya pada satu komunitas nelayan di Bandar Lampung. Selain itu, bias persepsi responden dalam wawancara menjadi tantangan yang diantisipasi. Namun, penelitian ini tetap memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dinamika penerapan prinsip ekonomi Islam dalam pengembangan ekonomi lokal komunitas nelayan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil penelitian

1) Strategi Modal Berbasis Ekonomi Islam

Strategi modal berbasis ekonomi Islam di komunitas Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang menunjukkan gambaran yang kompleks, dengan mayoritas nelayan masih menghadapi tantangan besar dalam mengakses modal untuk mendukung aktivitas ekonomi mereka. Sistem pembiayaan konvensional, yang umumnya didominasi oleh tengkulak, menjadi salah satu sumber utama modal bagi para nelayan. Namun, sistem ini membebani nelayan dengan bunga yang tinggi, menciptakan siklus utang yang sulit diputus. Banyak nelayan merasa terjebak dalam sistem ini karena tidak adanya alternatif yang mudah diakses. Hasil observasi menunjukkan bahwa hampir 80% nelayan menggunakan pinjaman dari tengkulak untuk kebutuhan operasional harian, seperti pembelian bahan bakar atau perbaikan peralatan tangkap.

Fenomena ini mencerminkan struktur ekonomi lokal yang belum sepenuhnya mendukung pemberdayaan masyarakat pesisir. Ketergantungan pada tengkulak tidak hanya membatasi potensi ekonomi nelayan tetapi juga memperburuk kondisi sosial, di mana sebagian besar hasil tangkapan nelayan habis hanya untuk membayar utang bunga tinggi. Hal ini menciptakan ketimpangan ekonomi yang semakin memperlebar kesenjangan antara pelaku utama (nelayan) dan pelaku perantara (tengkulak atau pedagang besar).

Namun, inisiatif berbasis ekonomi Islam mulai memberikan solusi alternatif. Beberapa koperasi berbasis syariah telah beroperasi di wilayah ini, menawarkan skema pembiayaan seperti qard hasan dan mudharabah. Qard hasan sangat relevan untuk pembiayaan kebutuhan kecil seperti perbaikan perahu atau pembelian alat tangkap sederhana. Model ini tidak membebani bunga, sehingga meringankan beban finansial nelayan. Sementara itu, mudharabah memberikan peluang bagi nelayan untuk memperoleh modal lebih

besar dengan sistem bagi hasil, di mana risiko dan keuntungan dibagi secara adil. Model ini memungkinkan nelayan untuk meningkatkan skala usaha mereka tanpa terjebak dalam utang berbunga tinggi.

Observasi lebih lanjut menunjukkan bahwa koperasi syariah juga memberikan pendampingan dalam manajemen keuangan, membantu nelayan memahami cara mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka secara lebih efisien. Pendampingan ini menjadi aspek penting, mengingat rendahnya literasi keuangan syariah di kalangan nelayan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa lebih dari setengah nelayan belum memahami konsep dasar pembiayaan syariah, seperti mekanisme qard hasan dan mudharabah. Mereka cenderung enggan mencoba model pembiayaan baru karena kurangnya pemahaman dan kepercayaan terhadap sistem syariah.

Keterlibatan lembaga keuangan syariah lokal menjadi salah satu faktor kunci dalam mendukung adopsi skema pembiayaan berbasis syariah. Koperasi syariah yang beroperasi di dekat komunitas nelayan tidak hanya berperan sebagai penyedia modal tetapi juga sebagai mitra strategis yang membantu nelayan dalam meningkatkan kapasitas ekonomi mereka. Sebagai contoh, koperasi ini menyediakan pelatihan tentang pengelolaan keuangan, membantu nelayan menghitung biaya operasional dengan lebih baik, dan memberikan edukasi tentang manfaat pembiayaan syariah. Hal ini membantu membangun kepercayaan di kalangan nelayan yang sebelumnya skeptis terhadap sistem non-konvensional.

Selain itu, kebijakan pemerintah daerah juga memainkan peran penting dalam mendorong inklusi keuangan berbasis syariah di komunitas pesisir. Beberapa program pemerintah telah dirancang untuk mendukung akses nelayan terhadap pembiayaan syariah, seperti penyediaan dana bergulir melalui koperasi berbasis syariah. Kebijakan ini mencakup pemberian insentif bagi koperasi yang mampu menjangkau komunitas terpencil, serta integrasi program pelatihan literasi keuangan dalam skema pembiayaan yang ditawarkan. Meskipun demikian, implementasi kebijakan ini sering kali terhambat oleh birokrasi yang rumit, sehingga banyak nelayan yang belum merasakan dampak langsung dari program-program tersebut.

Integrasi antara aspek ekonomi dan sosial dalam sistem pembiayaan syariah menjadi salah satu keunggulan yang relevan dengan karakteristik komunitas nelayan. Dalam model ini, solidaritas sosial ditekankan melalui prinsip keadilan dan kerja sama. Beberapa kelompok nelayan yang telah berhasil meningkatkan pendapatan mereka melalui skema mudharabah mulai berbagi pengalaman dengan anggota komunitas lainnya, menciptakan efek domino yang positif. Hal ini memperkuat ikatan sosial di dalam komunitas, sekaligus mendorong lebih banyak nelayan untuk mencoba model pembiayaan berbasis syariah. Dari perspektif keberlanjutan, pembiayaan syariah juga mendukung praktik-praktik perikanan yang lebih ramah lingkungan. Beberapa koperasi syariah memberikan insentif kepada nelayan yang menggunakan alat tangkap ramah lingkungan atau menerapkan metode penangkapan yang

berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga menjaga keseimbangan ekologi dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan demikian, strategi modal berbasis ekonomi Islam memberikan solusi yang lebih adil dan berkelanjutan bagi komunitas nelayan. Namun, untuk memastikan penerapannya secara luas, diperlukan langkah-langkah strategis seperti peningkatan literasi keuangan syariah, penguatan peran koperasi syariah, dan percepatan implementasi kebijakan pemerintah yang mendukung inklusi keuangan berbasis syariah. Kombinasi dari inisiatif-inisiatif ini tidak hanya akan membantu menciptakan sistem pembiayaan yang adil tetapi juga memberdayakan komunitas nelayan secara sosial dan ekonomi dalam jangka panjang.

2) Praktik Pemasaran Berbasis Prinsip Islam

Dalam konteks pemasaran, hasil observasi menunjukkan bahwa sistem tradisional melalui gudang lelang masih menjadi metode utama distribusi hasil tangkapan nelayan di komunitas Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang. Sistem ini memberikan keleluasaan bagi tengkulak dan pedagang besar untuk menentukan harga, sering kali dengan keuntungan maksimal di pihak mereka, sementara nelayan hanya menerima harga rendah yang tidak sebanding dengan usaha dan biaya operasional yang telah mereka keluarkan. Kondisi ini menempatkan nelayan pada posisi tawar yang sangat lemah dalam rantai pasok, sehingga banyak dari mereka merasa terpaksa untuk menerima ketentuan yang ada.

Rendahnya posisi tawar nelayan disebabkan oleh minimnya alternatif dalam menjual hasil tangkapan. Nelayan tidak memiliki akses langsung ke pasar yang lebih besar atau konsumen akhir, sehingga ketergantungan pada sistem lelang tradisional tidak dapat dihindari. Selain itu, kurangnya informasi tentang harga pasar dan fluktuasi permintaan konsumen menjadi faktor lain yang memperburuk situasi ini. Ketergantungan pada tengkulak juga menciptakan dinamika yang tidak sehat, di mana nelayan sering kali tidak memiliki kebebasan dalam menentukan harga karena sistem pembiayaan mereka juga terikat dengan tengkulak yang sama.

Namun, di tengah tantangan ini, mulai muncul inisiatif dari beberapa anggota komunitas nelayan untuk memanfaatkan teknologi dalam memasarkan hasil tangkapan mereka. Media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram digunakan untuk menjangkau konsumen langsung, terutama di daerah perkotaan yang mencari produk ikan segar dengan proses tangkap yang halal dan ramah lingkungan. Langkah ini memberikan nilai tambah bagi nelayan, karena konsumen lebih tertarik pada produk yang ditangkap secara bertanggung jawab dan disertai informasi transparan mengenai kualitas dan asal-usulnya.

Salah satu keunggulan pemasaran berbasis media sosial adalah fleksibilitas dalam menetapkan harga. Nelayan yang menggunakan platform ini dapat langsung berinteraksi dengan pembeli tanpa melalui perantara, sehingga

margin keuntungan mereka meningkat. Selain itu, strategi ini juga memungkinkan mereka untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen berdasarkan kepercayaan dan kualitas layanan. Beberapa konsumen bahkan menunjukkan loyalitas dengan melakukan pembelian berulang karena mereka mengetahui bahwa hasil tangkapan tersebut dipasarkan sesuai prinsip Islam, seperti kejujuran dalam pengungkapan kualitas produk dan transparansi harga.

Namun, adopsi teknologi ini belum merata di kalangan nelayan. Observasi menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil nelayan, terutama generasi muda, yang aktif memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Nelayan yang lebih tua cenderung enggan mengadopsi teknologi karena keterbatasan pengetahuan digital dan kurangnya pelatihan yang memadai. Faktor lain yang menghambat adalah keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah pesisir, seperti akses internet yang tidak stabil, yang membuat upaya pemasaran digital menjadi kurang efektif.

Selain kendala teknologi, kapasitas manajemen pemasaran di kalangan nelayan juga masih terbatas. Beberapa nelayan yang mencoba memasarkan hasil tangkapan mereka secara langsung menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas produk selama proses distribusi, terutama untuk memenuhi permintaan dari konsumen di daerah yang lebih jauh. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan dari pihak lain, seperti koperasi nelayan atau lembaga lokal, untuk membantu mengelola logistik dan distribusi.

Upaya untuk mengintegrasikan prinsip pemasaran halal juga menjadi perhatian dalam komunitas ini. Prinsip ini tidak hanya mencakup kejujuran dan transparansi dalam menetapkan harga tetapi juga mencakup pendekatan yang lebih etis dalam memasarkan produk. Nelayan yang telah mencoba strategi ini melaporkan bahwa konsumen cenderung lebih percaya dan loyal ketika mereka mengetahui bahwa produk yang dibeli sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti memastikan metode penangkapan ikan yang tidak merusak lingkungan dan tidak mengeksploitasi sumber daya laut secara berlebihan.

Dalam jangka panjang, praktik pemasaran berbasis prinsip Islam berpotensi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan nelayan. Dengan meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas akses pasar, strategi ini dapat membantu nelayan keluar dari siklus ketergantungan pada sistem tradisional yang merugikan. Namun, untuk mencapai potensi ini, diperlukan upaya kolektif yang melibatkan pemerintah, koperasi, dan lembaga pendidikan untuk meningkatkan literasi digital dan kapasitas manajemen nelayan, serta memperbaiki infrastruktur teknologi di wilayah pesisir.

Praktik pemasaran berbasis prinsip Islam di komunitas ini mencerminkan peluang besar untuk menciptakan sistem pemasaran yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi secara optimal dan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam proses pemasaran, nelayan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka sekaligus menjaga keseimbangan sosial dan ekologi dalam komunitas mereka.

3) Dampak terhadap Kesejahteraan Nelayan

Strategi modal dan pemasaran berbasis ekonomi Islam memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan komunitas nelayan di Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa nelayan yang berhasil mengakses pembiayaan syariah memiliki kemampuan lebih baik untuk meningkatkan alat tangkap mereka, sehingga produktivitas mereka meningkat. Salah satu dampak yang paling nyata adalah kemampuan nelayan untuk mengganti atau memperbaiki peralatan tangkap yang rusak, yang sebelumnya sulit dilakukan karena terbatasnya modal. Dengan pembiayaan syariah seperti qard hasan dan mudharabah, nelayan merasa lebih aman secara finansial karena tidak terbebani oleh bunga tinggi. Skema pembiayaan ini memungkinkan mereka untuk fokus meningkatkan hasil tangkapan tanpa khawatir tentang utang yang terus membengkak. Beberapa nelayan juga melaporkan bahwa dengan modal tambahan, mereka mampu memperluas area tangkapan atau meningkatkan efisiensi melalui penggunaan teknologi baru, seperti alat navigasi yang lebih canggih. Dalam aspek pemasaran, strategi pemasaran langsung ke konsumen melalui platform digital memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan nelayan. Dengan memotong peran tengkulak, nelayan dapat menjual hasil tangkapan mereka dengan harga yang lebih tinggi dan margin keuntungan yang lebih besar. Peningkatan pendapatan ini berdampak langsung pada kesejahteraan keluarga nelayan, seperti kemampuan untuk membiayai pendidikan anak-anak mereka atau memperbaiki kondisi tempat tinggal.

Namun, dampak positif ini belum dirasakan secara merata oleh seluruh anggota komunitas nelayan. Observasi menunjukkan bahwa nelayan yang lebih muda atau mereka yang memiliki literasi teknologi lebih baik cenderung lebih berhasil dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital. Sebaliknya, nelayan yang lebih tua atau kurang terbiasa dengan teknologi menghadapi kesulitan dalam mengadopsi metode pemasaran baru ini. Ketimpangan ini menciptakan disparitas dalam manfaat yang diperoleh dari strategi pemasaran berbasis ekonomi Islam. Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan akses ke pembiayaan syariah. Meskipun koperasi syariah telah berusaha menjangkau komunitas nelayan, masih banyak nelayan yang tidak memahami mekanisme pembiayaan ini atau merasa ragu untuk menggunakannya. Hal ini terutama disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan syariah dan minimnya edukasi yang diberikan kepada komunitas nelayan. Akibatnya, banyak nelayan yang tetap bergantung pada sistem pembiayaan konvensional yang merugikan. Keterbatasan infrastruktur teknologi juga menjadi hambatan besar dalam memperluas dampak positif pemasaran digital. Di beberapa wilayah pesisir, akses internet yang tidak stabil dan minimnya perangkat teknologi menjadi kendala utama bagi nelayan untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas. Selain itu, kurangnya pelatihan teknis untuk menggunakan platform digital menyebabkan banyak nelayan enggan mencoba strategi pemasaran baru.

Meskipun demikian, dampak positif dari strategi berbasis ekonomi Islam ini memberikan gambaran bahwa dengan dukungan yang tepat, kesejahteraan komunitas nelayan dapat ditingkatkan secara signifikan. Pelatihan literasi keuangan syariah dan pendampingan dalam penggunaan teknologi pemasaran

menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan manfaat strategi ini dirasakan oleh semua anggota komunitas secara merata. Dengan pendekatan yang terintegrasi, strategi modal dan pemasaran berbasis ekonomi Islam tidak hanya meningkatkan pendapatan nelayan tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi yang lebih berkelanjutan di komunitas mereka.

3.2 Pembahasan

1) Strategi Modal: Mengintegrasikan Prinsip Ekonomi Islam

Strategi modal berbasis ekonomi Islam di komunitas Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang mencerminkan potensi besar dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh nelayan pesisir. Pembiayaan berbasis syariah, seperti qard hasan dan mudharabah, memberikan pendekatan alternatif yang lebih adil dibandingkan dengan sistem pembiayaan konvensional yang sering kali eksploitatif. Sistem pembiayaan konvensional, yang didominasi oleh tengkulak, membebani nelayan dengan bunga tinggi sehingga menciptakan ketergantungan finansial yang sulit diputus. Kondisi ini sejalan dengan temuan studi terbaru oleh Hasid, Akhmad Noor, & Kurniawan yang menyatakan bahwa sistem bunga tinggi secara sistematis mengekang potensi pengembangan ekonomi komunitas marjinal (Hasid et al.).

Dalam konteks komunitas nelayan, qard hasan menjadi solusi yang relevan untuk kebutuhan modal kecil, seperti perbaikan perahu atau pembelian alat tangkap sederhana. Skema ini tidak membebani bunga sehingga meringankan beban finansial nelayan, memungkinkan mereka untuk mengalokasikan pendapatan secara lebih produktif. Sementara itu, mudharabah memberikan peluang bagi nelayan untuk memperoleh modal lebih besar dengan pembagian keuntungan yang adil sesuai dengan hasil usaha. Model ini mengedepankan prinsip keadilan dan kerja sama, yang tidak hanya mendorong peningkatan skala usaha tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dalam komunitas nelayan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa koperasi berbasis syariah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia modal tetapi juga memberikan pendampingan manajemen keuangan kepada nelayan. Pendekatan ini relevan dengan temuan Hermansyah et al., yang menekankan pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan efektivitas pembiayaan berbasis syariah (Hermansyah et al.; Masrizal et al.). Melalui pendampingan, nelayan diajarkan cara mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka secara lebih efisien, membantu mereka menghindari pengeluaran yang tidak produktif. Hal ini terbukti dapat meningkatkan stabilitas finansial komunitas nelayan, meskipun implementasinya masih terbatas pada sebagian kecil anggota komunitas.

Keterlibatan lembaga keuangan syariah lokal menjadi kunci dalam mendukung keberhasilan strategi ini. Koperasi syariah yang beroperasi dekat dengan komunitas nelayan tidak hanya menyediakan akses modal tetapi juga membangun kepercayaan di antara nelayan yang sebelumnya skeptis terhadap sistem non-konvensional. Sebagai contoh, koperasi tersebut menawarkan

pelatihan tentang pengelolaan keuangan dan memberikan informasi tentang manfaat pembiayaan syariah. Ini sejalan dengan penelitian Sujud et al., yang menunjukkan bahwa kehadiran lembaga keuangan syariah lokal dapat secara signifikan meningkatkan inklusi keuangan di komunitas pedesaan (Sujud).

Kebijakan pemerintah daerah juga memainkan peran penting dalam mendukung adopsi skema pembiayaan syariah. Program seperti penyediaan dana bergulir berbasis syariah dan insentif bagi koperasi yang menjangkau komunitas terpencil memberikan dorongan besar bagi implementasi strategi ini. Namun, hambatan birokrasi sering kali menjadi penghalang dalam pelaksanaan kebijakan ini menyoroti perlunya efisiensi dalam tata kelola program pemerintah untuk memastikan dampaknya dirasakan secara luas (Martínez-Córdoba et al.; Fadri and Fil). Dari perspektif keberlanjutan, pembiayaan berbasis syariah juga mendorong praktik-praktik perikanan yang lebih ramah lingkungan. Beberapa koperasi memberikan insentif kepada nelayan yang menggunakan alat tangkap ramah lingkungan atau menerapkan metode penangkapan berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya melindungi ekosistem laut tetapi juga meningkatkan daya saing produk hasil tangkapan nelayan di pasar. Konsumen, terutama di pasar perkotaan, cenderung lebih menghargai produk yang dihasilkan melalui proses yang bertanggung jawab secara sosial dan ekologis (Rhamadani et al.; Ratnawati; Silfiana).

Penelitian oleh Sari dan Sulistyowati menyoroti peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) dalam memberdayakan komunitas nelayan (Sari and Sulistyowati). Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun LKMS telah berperan cukup baik, efektivitasnya masih perlu ditingkatkan. LKMS umumnya hanya menawarkan produk simpanan dan pembiayaan dasar, sehingga diperlukan diversifikasi produk keuangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan spesifik nelayan untuk mencapai pemberdayaan yang optimal.

Sebuah studi oleh Abiba dan Suprayitno mengusulkan model inovatif yang mengintegrasikan zakat dan wakaf untuk memberdayakan sektor perikanan (Abiba and Suprayitno). Model ini melibatkan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam pengelolaan dana zakat dan wakaf secara produktif untuk mendukung modal kerja nelayan. Pendekatan ini tidak hanya menyediakan sumber pendanaan alternatif yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga memastikan keberlanjutan dan kemandirian ekonomi komunitas nelayan.

Sania mengembangkan model untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah di kalangan komunitas nelayan pesisir (Sania Riska). Penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan produk keuangan syariah yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan nelayan, seperti skema bagi hasil (mudharabah) yang adil. Selain itu, edukasi keuangan syariah dan pendampingan manajemen keuangan menjadi komponen kunci dalam model ini untuk memastikan pemanfaatan dana yang efektif dan peningkatan kesejahteraan nelayan.

Sriyono and Dewi mengungkapkan produk hasil tangkapan laut sebagai strategi untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas nelayan (Sriyono and Dewi). Dengan mengolah hasil tangkapan menjadi berbagai produk bernilai tambah, nelayan dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi ketergantungan pada penjualan ikan segar. Pendekatan ini juga sejalan dengan prinsip maqashid syariah, khususnya dalam hal perlindungan harta (hifz al-mal) dan peningkatan kualitas hidup.

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa integrasi prinsip ekonomi Islam melalui berbagai instrumen keuangan syariah dan pendekatan kolaboratif dapat menjadi strategi efektif dalam memberdayakan komunitas nelayan. Namun, diperlukan upaya lebih lanjut dalam diversifikasi produk keuangan, edukasi, dan pengembangan ekosistem yang mendukung untuk mencapai hasil yang optimal.

Meskipun potensi besar dari strategi modal berbasis ekonomi Islam, implementasinya masih menghadapi tantangan signifikan. Rendahnya literasi keuangan syariah di kalangan nelayan menjadi salah satu hambatan utama. Banyak nelayan yang belum memahami konsep dasar pembiayaan syariah, sehingga cenderung enggan mencoba model pembiayaan ini. Selain itu, akses ke koperasi syariah masih terbatas di beberapa wilayah, terutama di daerah pesisir yang infrastrukturnya kurang memadai. Hal ini mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih sistematis dalam memperluas jangkauan lembaga keuangan syariah.

Secara keseluruhan, strategi modal berbasis ekonomi Islam memberikan solusi yang lebih berkelanjutan bagi komunitas nelayan. Dengan kombinasi antara literasi keuangan, dukungan kelembagaan, dan kebijakan pemerintah yang tepat, strategi ini dapat membantu menciptakan sistem pembiayaan yang adil dan memberdayakan komunitas nelayan secara sosial dan ekonomi. Langkah-langkah strategis seperti peningkatan kapasitas koperasi syariah, pelatihan literasi keuangan, dan penghapusan hambatan birokrasi harus menjadi prioritas untuk memastikan manfaat strategi ini dirasakan oleh seluruh anggota komunitas nelayan.

2) Pemasaran Halal: Peluang dan Tantangan

Penerapan prinsip pemasaran halal dalam komunitas Kelompok Nelayan Perikanan Tangkap Gudang Lelang menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan daya saing produk lokal, terutama melalui nilai-nilai kejujuran, transparansi, dan keberlanjutan. Prinsip-prinsip ini berkontribusi dalam membangun kepercayaan konsumen, terutama di pasar yang semakin menuntut keterbukaan terkait asal-usul dan kualitas produk. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ali et al. (2021), yang menyatakan bahwa pemasaran berbasis nilai Islam memiliki kekuatan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui kepercayaan dan loyalitas.

Selain itu, prinsip pemasaran halal juga memberikan jaminan etis yang membuat produk perikanan lebih kompetitif (Dewi et al.). Transparansi dalam rantai pasok, mulai dari proses penangkapan ikan hingga distribusi ke pasar,

memastikan bahwa produk tetap terjaga kualitas dan kehalalannya. Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memberikan citra positif bagi komunitas nelayan sebagai pelaku usaha yang menjunjung tinggi integritas. Penerapan prinsip ini menciptakan hubungan simbiosis antara produsen dan konsumen, di mana kedua belah pihak merasa diuntungkan secara ekonomi dan etis (Maulida et al.).

Salah satu peluang terbesar dalam mengembangkan pemasaran halal di komunitas nelayan adalah melalui adopsi teknologi digital. Generasi muda nelayan menunjukkan adaptasi yang baik dalam menggunakan platform digital, seperti media sosial dan aplikasi e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar (Uri et al.). Teknologi ini memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen di wilayah perkotaan dengan lebih mudah, bahkan hingga ke pasar internasional. Nelayan muda yang aktif menggunakan platform digital seperti media sosial dan aplikasi e-commerce telah menunjukkan keberhasilan awal dalam menjangkau pasar baru di wilayah perkotaan. Melalui strategi ini, nelayan dapat langsung berinteraksi dengan konsumen akhir, memberikan informasi transparan tentang proses penangkapan ikan yang halal, dan memastikan kualitas produk. Hassan & Fernando dan Qalbia & Saputra menegaskan bahwa integrasi teknologi dalam pemasaran halal tidak hanya meningkatkan efisiensi distribusi tetapi juga memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan konsumen yang sadar akan nilai-nilai etis dan ekologis (Qalbia and Saputra; Hassan and Fernando). Dengan memanfaatkan platform digital, nelayan dapat memberikan informasi transparan tentang proses penangkapan ikan yang halal, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

Namun, peluang ini tidak lepas dari tantangan. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan dalam adopsi teknologi, terutama di kalangan nelayan yang lebih tua. Observasi menunjukkan bahwa banyak nelayan masih merasa kesulitan dalam menggunakan perangkat teknologi modern, seperti smartphone atau aplikasi pemasaran digital. Keterbatasan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya literasi digital dan akses yang tidak merata terhadap infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang stabil di daerah pesisir. Tantangan ini menghambat mereka dalam memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk mendukung strategi pemasaran halal.

Selain itu, kapasitas manajemen pemasaran di kalangan nelayan juga menjadi kendala. Beberapa nelayan yang mencoba memasarkan hasil tangkapan secara langsung menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas produk selama proses distribusi, terutama ketika harus memenuhi permintaan konsumen di daerah yang lebih jauh. Kesulitan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya pengetahuan logistik dan minimnya akses ke fasilitas penyimpanan yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dari pihak eksternal, seperti koperasi atau lembaga pemerintah, untuk membantu nelayan mengelola proses distribusi secara lebih profesional.

Pemasaran halal juga menghadapi tantangan dalam membangun kesadaran konsumen terkait nilai-nilai Islam dalam proses pemasaran. Meskipun banyak konsumen menghargai produk yang dihasilkan secara etis, kesadaran akan pentingnya pemasaran halal masih terbatas di beberapa segmen pasar (Maulizah). Hal ini menunjukkan perlunya kampanye edukasi yang tidak hanya ditujukan kepada nelayan tetapi juga kepada konsumen untuk meningkatkan apresiasi terhadap produk halal. Di sisi lain, pemasaran halal menawarkan peluang besar untuk menciptakan diferensiasi produk di pasar. Dengan menonjolkan keunikan proses penangkapan yang halal dan ramah lingkungan, nelayan dapat menarik perhatian segmen konsumen yang peduli pada keberlanjutan dan nilai-nilai etis. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen modern cenderung memilih produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Sen and Bhattacharya; Amanda et al.; Chatzopoulou and de Kiewiet).

Untuk mengatasi tantangan ini dan memaksimalkan peluang, diperlukan langkah strategis yang terintegrasi. Pertama, pelatihan literasi digital harus menjadi prioritas untuk memberdayakan nelayan, terutama yang kurang familiar dengan teknologi (Sutarsih). Program pelatihan ini harus mencakup penggunaan aplikasi pemasaran digital, pengelolaan akun media sosial, dan strategi komunikasi dengan konsumen. Kedua, investasi dalam infrastruktur teknologi di daerah pesisir sangat penting untuk memastikan akses internet yang memadai bagi nelayan (Kamaluddin; Argyroudis et al.). Ketiga, pendampingan manajemen logistik harus diberikan untuk membantu nelayan menjaga kualitas produk selama proses distribusi (Agustin et al.; Wasposito et al.). Dukungan yang tepat, pemasaran halal dapat menjadi strategi yang tidak hanya meningkatkan pendapatan nelayan tetapi juga menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas. Nilai-nilai Islam yang diterapkan dalam pemasaran ini dapat berfungsi sebagai alat untuk membangun hubungan yang lebih kuat antara nelayan dan konsumen, sekaligus menciptakan ekosistem pasar yang lebih adil dan berkelanjutan.

3) Dampak terhadap Kesejahteraan Komunitas

Strategi modal dan pemasaran berbasis syariah memberikan dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan komunitas nelayan dari perspektif ekonomi Islam. Prinsip-prinsip syariah seperti keadilan ('adl), keberlanjutan (istidamah), dan perlindungan harta (hifz al-mal) menjadi landasan penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan skema pembiayaan seperti qard hasan dan mudharabah, nelayan memiliki akses terhadap modal tanpa bunga yang sering kali membebani mereka. Hal ini sesuai dengan tujuan maqasid al-shariah untuk melindungi kesejahteraan umat melalui pengelolaan ekonomi yang adil (Karimullah).

Pembiayaan syariah, seperti qard hasan, memungkinkan nelayan untuk mengakses modal kecil tanpa tekanan keuangan tambahan, yang berkontribusi pada peningkatan produktivitas mereka. Sementara itu, mudharabah memberikan peluang bagi nelayan untuk bekerja sama dengan lembaga

keuangan syariah dalam membagi risiko dan keuntungan. Studi oleh Fitri & Fachrudin dan Kenneh menegaskan bahwa model pembiayaan berbasis syariah dapat meningkatkan inklusi keuangan di komunitas marjinal, termasuk nelayan, karena mekanisme ini tidak hanya berorientasi pada profit tetapi juga memperkuat solidaritas sosial (Kenneh; Fitri and Fachrudin).

Dampak positif lainnya adalah peningkatan pendapatan yang dihasilkan melalui pemasaran berbasis syariah. Dengan memanfaatkan platform digital, nelayan dapat memasarkan produk mereka langsung ke konsumen akhir, memotong rantai distribusi yang sering kali merugikan mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Akmal & Effendi dan Nugraha yang menunjukkan bahwa pemasaran halal berbasis digital meningkatkan akses pasar sekaligus menciptakan nilai tambah produk (Nugraha; Akmal and Effendi). Konsumen cenderung lebih percaya pada produk yang dipasarkan dengan transparansi dan kejujuran, dua nilai inti dalam prinsip Islam.

Namun, dampak positif ini belum dirasakan secara merata di seluruh komunitas nelayan. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi keuangan syariah di kalangan nelayan. Banyak nelayan yang belum memahami konsep dasar dari pembiayaan syariah, sehingga mereka cenderung tetap bergantung pada sistem konvensional. Rustan et al. (2022) menyoroti bahwa rendahnya literasi keuangan di komunitas pesisir menjadi tantangan besar dalam penerapan sistem ekonomi Islam (Rustan et al.). Untuk mengatasi ini, program edukasi keuangan syariah yang dirancang secara kontekstual harus menjadi prioritas.

Selain itu, keterbatasan akses terhadap teknologi juga menjadi kendala. Observasi menunjukkan bahwa nelayan yang lebih muda cenderung lebih mudah beradaptasi dengan teknologi digital dibandingkan nelayan yang lebih tua. Hal ini mempertegas perlunya investasi dalam infrastruktur teknologi di daerah pesisir, seperti akses internet yang stabil dan pelatihan teknis untuk penggunaan platform digital. Studi oleh Muslihun mendukung temuan ini dengan menekankan bahwa dukungan teknologi merupakan elemen kunci dalam memperkuat pemasaran berbasis syariah (Muslihun). Dari sisi kebijakan, dukungan pemerintah daerah sangat diperlukan untuk memastikan bahwa manfaat strategi syariah dapat dirasakan secara merata. Program-program seperti penyediaan dana bergulir berbasis syariah dan pelatihan literasi keuangan harus diintegrasikan ke dalam kebijakan pembangunan daerah. Ahmad & Islam dan Uddin, Haque, & Khan mencatat bahwa kebijakan yang berbasis pada nilai-nilai Islam memiliki potensi besar untuk mendorong inklusi ekonomi di komunitas pesisir, tetapi implementasinya sering kali terhambat oleh birokrasi (Uddin et al.; Ahmad and Islam).

Perspektif Islam juga menekankan pentingnya keberlanjutan sosial dan ekologis dalam setiap aktivitas ekonomi. Strategi pemasaran halal yang diterapkan oleh komunitas nelayan mencerminkan nilai-nilai ini, terutama dalam memastikan bahwa praktik penangkapan ikan dilakukan secara bertanggung jawab terhadap lingkungan. Beberapa koperasi syariah bahkan

memberikan insentif kepada nelayan yang menggunakan alat tangkap ramah lingkungan, menciptakan sinergi antara kepentingan ekonomi dan ekologi. Prinsip ini sesuai dengan ajaran Islam yang memandang manusia sebagai khalifah di bumi, yang bertanggung jawab menjaga keseimbangan ekosistem (Zulkifli, 2020).

Untuk memastikan keberlanjutan dampak positif ini, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Pemerintah, koperasi syariah, dan lembaga pendidikan harus bekerja sama untuk meningkatkan literasi keuangan, memperluas akses teknologi, dan mempercepat implementasi kebijakan yang mendukung inklusi keuangan berbasis syariah. Selain itu, program pendampingan bagi nelayan dalam mengelola usaha mereka dapat membantu mengoptimalkan potensi ekonomi komunitas. Strategi modal dan pemasaran berbasis syariah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan komunitas nelayan. Dengan integrasi antara prinsip Islam dan dukungan kebijakan yang tepat, strategi ini tidak hanya menciptakan manfaat ekonomi tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan keberlanjutan ekologis di komunitas pesisir. Pendekatan ini menjadi model yang relevan untuk diterapkan di sektor marjinal lainnya.

4. KESIMPULAN

Strategi modal berbasis ekonomi Islam efektif dalam meningkatkan kesejahteraan nelayan melalui skema qard hasan dan mudharabah, yang memberikan akses modal tanpa beban bunga tinggi. Prinsip transparansi dan kejujuran dalam pemasaran Islam membantu nelayan memperluas pasar digital serta mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Namun, rendahnya literasi keuangan syariah dan keterbatasan teknologi di daerah pesisir masih menjadi tantangan utama. Dengan dukungan kebijakan, edukasi, dan infrastruktur yang memadai, strategi ini berpotensi menjadi model pembangunan ekonomi inklusif yang berkelanjutan sesuai dengan maqasid al-shariah.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengevaluasi efektivitas pembiayaan syariah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi nelayan serta mengidentifikasi hambatan struktural dan budaya dalam penerapannya. Selain itu, kajian mengenai peran teknologi digital dan fintech syariah dalam mempermudah akses keuangan bagi komunitas pesisir dapat menjadi fokus penelitian yang lebih mendalam.

5. REFERENSI

- Abdulhameed, Umar Abdulhameed, et al. "The Role of Qardul-Hasan in Enhancing Financial Inclusion: A Case Study of Al-Akhuwat." *International ...*, 2023, https://www.allmultidisciplinaryjournal.com/uploads/archives/20231206205812_F-23-25.1.pdf.
- Abiba, Riska Widya, and Eko Suprayitno. "Optimalisasi Wakaf Produktif Dalam Mendukung Upaya Pencapaian SDGs Melalui Pemberdayaan Peternakan." *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, vol. 9, no. 1, 2023, p. 109, <https://doi.org/10.29300/aij.v9i1.9073>.
- Agustin, Amalia, et al. "Upaya Peningkatan Perekonomian Nelayan Garam Melalui

- Diversifikasi Produk.” *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin*, vol. 2, no. 1, 2024, pp. 12–21, <https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/eraabdimas/article/view/176>.
- Ahmad, Ifzal, and M. Rezaul Islam. “The Fabric of Society: Understanding Community Development.” *Building Strong Communities: Ethical Approaches to Inclusive Development*, Emerald Publishing Limited, 2024, pp. 1–26, <https://doi.org/10.1108/978-1-83549-174-420241001>.
- Akmal, A., and A. Effendi. “Business Strategy In The Halal Industry (The Use Of Digital Ecosystems In Introducing Indonesia As The World’s Halal Industry).” *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, vol. 02, no. 04, 2023, pp. 14–30, <https://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/IJEBIR/article/view/320%0Ahttps://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/IJEBIR/article/download/320/255>.
- Amanda, Via, et al. “Pengaruh Brand Ambassador Kualitas Produk, Persife Value Terhadap Minat Belanja Konsumen Pada Produk Skincare Skintific.” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, vol. 10, no. 1, 2024, pp. 562–68, <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1982>.
- Argyroudis, Sotirios A., et al. “Digital Technologies Can Enhance Climate Resilience of Critical Infrastructure.” *Climate Risk Management*, vol. 35, 2022, p. 100387, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.crm.2021.100387>.
- Armiani, B Basuki, Septya Nurrahmadani. “Sertifikat Halal Menjadi Strategi Pemasaran Bagi Umkm Nonmuslim Dalam Meningkatkan Penjualan.” *Prosiding Seminar Stiami*, vol. 8, no. 1, 2021.
- Ascarya, Ascarya, and Atika Rukminastiti Masrifah. “Strategies Implementing Cash Waqf System for Baitul Maal Wat Tamwil to Improve Its Commercial and Social Activities.” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, vol. 16, no. 1, Jan. 2023, pp. 130–53, <https://doi.org/10.1108/IMEFM-10-2020-0504>.
- Camelia, Ica, et al. “Analisis Peran Sertifikasi Halal Pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 10, no. 02, 2024, pp. 1474–84, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13349>.
- Chatzopoulou, Elena, and Adrian de Kiewiet. “Millennials’ Evaluation of Corporate Social Responsibility: The Wants and Needs of the Largest and Most Ethical Generation.” *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 20, no. 3, May 2021, pp. 521–34, <https://doi.org/10.1002/cb.1882>.
- Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, California. SAGE Publications, Inc., 2014.
- Denzin, Norman K., and Yvonna S. Lincoln. “Handbook of Qualitative Research.” *Journal of Leisure Research*, vol. 28, no. 2, 1996, p. 132.
- Dewi, Miranti Kartika, and Ilham Reza Ferdian. “Enhancing Islamic Financial Literacy through Community-Based Workshops: A Transtheoretical Model.” *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, vol. 12, no. 5, Jan. 2021, pp. 729–47, <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0261>.
- Dewi, Nika Yulia, et al. “Analisis Pelaksanaan Jaminan Halal Dalam Meningkatkan

- Daya Saing Umk Petis Ikan Hsn Di Desa Konang Kabupaten Pamekasan.” *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, vol. 2, no. 10, 2024.
- Fadri, Zainal, and S. Fil. “ERA DIGITAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP ADMINISTRASI PUBLIK.” *Reformasi Birokrasi Dalam Administrasi Publik: Tantangan Dan Peluang Di Era Digital*, 2024, p. 61.
- Femy Sasongko, Dimas, et al. “Internalisasi Nilai Moderasi Beragama Dalam Sistem Ekonomi Syariah Pada Umkm Halal Melalui Produk Pembiayaan Syariah.” *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 7, no. 4, 2021, pp. 1303–20.
- Fitri, Nur Aisyah, and Khaira Amalia Fachrudin. “ENHANCING POVERTY ALLEVIATION STRATEGIES WITH SHARIA-COMPLIANT MICROFINANCE: A FARMER GROUP CASE STUDY.” *Proceeding Medan International Conference on Economic and Business*, vol. 2, no. 1, 2024, pp. 791–99.
- Fona, Tari Rizkya, et al. “Community Economic Strengthening through a Circular System in the View of Sharia Maqashid.” *International Journal of ...*, vol. 4, no. 3, 2024, pp. 1892–905, <https://journal.yrpiiku.com/index.php/ijedr/article/view/4302%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/ijedr/article/download/4302/2424>.
- Gani, Ahmad Abdul. “Studi Komparatif Tentang Hukum Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Konvensional: Sebuah Perbandingan Metodologi Dan Praktik.” *AKSY Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, vol. 4, no. 2, 2022, pp. 207–26, <https://doi.org/10.15575/aksy.v4i2.26427>.
- Haque, Ahasanul, et al. “Enhancing Community Health Sustainability through the Use of Maqasid Al-Shariah Theory.” *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, vol. 6, no. 2, 2024, pp. 159–79, <https://doi.org/10.1504/IJIMB.2024.141988>.
- Hasid, H. Zamruddin, et al. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dalam Lensa Pembangunan Ekonomi*. Cipta Media Nusantara, 2022.
- Hassan, Ibrahim Saleh, and Yudi Fernando. “Integrating Servitisation into the Halal Supply Chain: A Roadmap for Sustainable Business Growth.” *Journal of Islamic Marketing*, vol. ahead-of-p, no. ahead-of-print, Jan. 2024, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2024-0028>. Hermansyah, Yus, et al. “Implementation of Sharia-Based Financial Literacy in Elementary School Students.” *International Journal of Education and Digital Learning*, vol. 6, no. 6, 2023, pp. 229–34, <https://doi.org/10.47353/ijedl.v1i6.109>.
- Ilmi, Nur, et al. “Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Dan Zakat Perusahaan Terhadap Kinerja Perbankan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah Di Indonesia (Periode 2015-2019).” *Ibef*, vol. 1, no. 1, 2020, pp. 95–118.
- Jamaludin, Nur, et al. “Islamic Micro Finance Institutions’ Existence, Role, and Challenges in Developing the Indonesian Micro Business Sector Post Covid 19 Pandemic.” *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, vol. 7, no. 2, 2023, p. 155, <https://doi.org/10.30983/es.v7i2.7254>.
- Kamaluddin, Santrio. “REVOLUSI BIROKRASI DI PAPUA: MENGHADIRKAN

- PELAYANAN PUBLIK PRIMA DI TENGAH KETERBATASAN INFRASTRUKTUR.” *Indonesian Journal of Intellectual Publication (IJI Publication)*, vol. 5, no. 1, 2024, pp. 27–37.
- Karimullah, Suud Sarim. “Exploration of Maqasid Al-Shariah Concepts in the Development of Islamic Economic Policies.” *Mu’amalah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 2, no. 2, 2023, p. 153, <https://doi.org/10.32332/muamalah.v2i2.7747>.
- Karina Salsabila, Miswan Ansori. “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA IDOLA SNACK DAN CATERING JEPARA).” *Inovasi Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 06, no. 1, 2024, pp. 25–34.
- Kenneh, Mohammed. “Sharia Investment Challenges and Growth for Sustainable and Inclusive Financial Equality in Digital Innovation Mohammed Kenneh.” *Bulletin of Islamic Economics*, vol. 3, no. 1, 2024, pp. 1–11.
- Kesuma Ayu, Riana, and Fauzan Ramon. “Pengelolaan Sumber Daya Berkelanjutan Dalam Perspektif Hukum Islam.” *WASAKA HUKUM: Jendela Informasi Dan Gagasan Hukum*, vol. 9, no. 1, 2021, pp. 213–26.
- Larkin, Michael, et al. “Multiperspectival Designs and Processes in Interpretative Phenomenological Analysis Research.” *Qualitative Research in Psychology*, vol. 16, no. 2, Apr. 2019, pp. 182–98, <https://doi.org/10.1080/14780887.2018.1540655>.
- Lusiana. “Keseimbangan Dan Keadilan Ekonomi Era Society 5.0 Pada Perspektif Maqasid Syariah.” *F i T U A Jurnal Studi Islam*, vol. 5, no. 2, 2024, pp. 152–68.
- Martínez-Córdoba, Pedro-José, et al. “Efficiency in the Governance of the Covid-19 Pandemic: Political and Territorial Factors.” *Globalization and Health*, vol. 17, no. 1, 2021, p. 113, <https://doi.org/10.1186/s12992-021-00759-4>.
- Masrizal, et al. “The Effect of Islamic Financial Literacy on Business Performance with Emphasis on the Role of Islamic Financial Inclusion: Case Study in Indonesia.” *Journal of Islamic Marketing*, vol. ahead-of-p, no. ahead-of-print, Jan. 2024, <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2022-0197>.
- Maulida, et al. “Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah.” *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, vol. 6, 2024, pp. 49–61, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740>.
- Maulizah, Rizlah. “Pentingnya Produk Halal Di Indonesia : Analisis Kesadaran Konsumen , Tantangan Dan Peluang The Importance of Halal Products in Indonesia: An Analysis of Consumer Awareness , Challenges and Opportunities.” *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, vol. 1, no. 2, 2024, pp. 129–47.
- Muneer, Farah, and Foyasal Khan. “Qard-Al-Hassan As a Tool for Poverty Alleviation: A Case Study of the Fael Khair Waqf Program in Bangladesh.” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, vol. 5, no. 4, 2019, pp. 829–48, <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1100>.
- Muslihun. “Transformasi Pemasaran Syariah Melalui Teknologi Financial (Fintech) Dalam Ekonomi Digital.” *Revenue Journal: Management and*

- Entrepreneurship*, vol. 2, no. July, 2024, pp. 99–107. Nugraha, Purna Cita. “The Utilization of Soft Law in Promoting Digital-Based Platform to Strengthen Inodnesia’s Halal Industry and SMEs.” *Indonesian Law Journal*, vol. 14, no. 2, 2021, pp. 157–72, <https://doi.org/10.33331/ilj.v14i2.78>.
- Pratiwi, Amelia, and Khaerul Hidayat. “Pengembangan Kemitraan Ekonomi Syariah Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia.” *NOMISMA : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, vol. 2, no. 1, 2024, pp. 24–41.
- Priya, Arya. “Case Study Methodology of Qualitative Research: Key Attributes and Navigating the Conundrums in Its Application.” *Sociological Bulletin*, vol. 70, no. 1, Jan. 2021, pp. 94–110, <https://doi.org/10.1177/0038022920970318>.
- Putri Indah Permatasari, and Masruchin. “Analisa Proses Bisnis Dan Model Bisnis Pada Platform E-Commerce Syariah Salamin.Id.” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 1, 2022, pp. 171–80, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9030](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9030).
- Qalbia, Farah, and M. Reza Saputra. “Transformasi Digital Dan Kewirausahaan Syariah Di Era Modernitas : Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, vol. 2, no. 2, 2024.
- Rachman, Abdul, et al. “Strategies For Improving The Sharia Financial Literacy Index In The Millenial Generation In Indonesia.” *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, vol. 8, no. 2, 2023, pp. 152–69, <https://doi.org/10.19109/ifinance.v8i2.14249>.
- Rahman, Fathur. “Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.” *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, vol. 6, no. 1, 2022, pp. 24–37, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.
- Rahmayanti, Siska. “HALAL DALAM ARUS GAYA HIDUP MASA KINI: ANTARA TREN KEKINIAN DAN NILAI ISLAMI.” *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, vol. 2, no. 2, 2024, <https://doi.org/10.15575/ejil.v2i2.542>.
- Ratnawati, Tina. “Pengendalian Sistem Ekologi, Sosial, Dan Ekonomi Untuk Meningkatkan Kualitas Gaya Hidup (Lifestyle) Masyarakat Di Perkotaan.” *Peran MST Dalam Mendukung Urban Lifestyle Yang Berkualitas*, 2016, pp. 193–222.
- Rhamadani, Shalshabila Fitria, et al. *Urgensi Akuntansi Lingkungan Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Di Pasar Global Era Digital*. no. 12, 2024, pp. 477–90.
- Rustan, et al. “Optimizing of Resources Utilization Through Islamic Spiritual Enterpreneurship to Improve The Welfare of Coastal Communities.” *International Journal of Economics Development Research*, vol. 4, no. 2, 2023, pp. 355–64.
- Safitri, Maulina Erza, et al. “Pembangunan Berbasis Masyarakat Dalam Upaya Pengembangan Bank Sampah Kencana, Kelurahan Candirejo, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang.” *Journal of Public Policy and Management Review*, vol. 12, no. 1, 2022, pp. 1–15, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jppmr/article/view/36726>.
- Sania Riska, Zesxia Viviola Arini &. Muhamad Aji Purwanto. “Peningkatan

- Aksesibilitas Asuransi Syariah Pada Nelayan (Studi Kasus Kecamatan Bantan, Bengkalis).” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, vol. 1, no. 3, 2024, p. 206.
- Sari, Widya Ratna, and Sulistyowati. “Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Membangun Ekonomi Yang Berkelanjutan Dan Inklusif.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, vol. 3, no. 2, 2023, pp. 44–52, <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1690>.
- Sen, Sankar, and C. B. Bhattacharya. “Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility.” *Journal of Marketing Research*, vol. 38, no. 2, May 2001, pp. 225–43, <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838>.
- Silfiana, Leha. “Pemuda, Jurnal Studi Warga, Keterlibatan Muda, Negara Gerakan, Dalam Ekologis, Kewarganegaraan Mewujudkan, Untuk Lingkungan, Berkelanjutan Berwawasan.” *Jurnal Studi Pemuda*, vol. 8, 2019, pp. 127–39.
- Simon, Joel. “Three Case Studies.” *Education and Training in Solution-Focused Brief Therapy*, 2014, pp. 149–54, <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226983592.003.0001>.
- Sri Mulatsih, Listiana, et al. “Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Desa Edukasi Digital Di Era Teknologi.” *Communnity Development Journal*, vol. 4, no. 4, 2023, pp. 7113–20.
- Sriyono, Sriyono-, and Santi Rahma Dewi. “Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Era New Realiti Melalui Model Pembiayaan Inklusif: Prespektif Al Mudharobah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 1, 2021, p. 81, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1697>.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. no. April, 2016.
- Sujud, Fatih Atsaris. “Inisiasi Otoritas Jasa Keuangan Kediri Dalam Meningkatkan Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Masyarakat Kediri.” *Jurnal Tanbih*, vol. 1, no. April, 2021, pp. 67–87.
- Sutarsih, Endang. “Literasi Dan Inklusi: Keuangan Syariah Sebagai Fundamental Kesejahteraan UMKM: Edukasi Bisnis Akses Keuangan Syariah Untuk UMKM Santri Di Yogyakarta.” *As-Syar’i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, vol. 5, no. 3, 2023, pp. 1130–49, <https://doi.org/10.47467/as.v5i3.5628>.
- Syah, Ramlan. “Faktor Penentu Terciptanya Loyalitas Konsumen Di Pasar Tradisional Asri Marindal Kecamatan Patumbak , Kabupaten.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, vol. 9, no. 204, 2024, pp. 682–92.
- Tommie Nathan McGee II. “A Qualitative Descriptive Study: The Relationship Between God, Pastors, and Prayer.” *A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Education*, vol. 16, no. 1, 2023, pp. 1–191.
- Uddin, M. Salim, et al. “Good Governance and Local Level Policy Implementation for Disaster-Risk-Reduction: Actual, Perceptual and Contested Perspectives in Coastal Communities in Bangladesh.” *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, vol. 30, no. 2, Jan. 2021, pp. 94–111, <https://doi.org/10.1108/DPM-03-2020-0069>.

- Uri, La, et al. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAN EKONOMI MASYARAKAT PESISIR : STUDI DI DESA PASIKUTA , KECAMATAN MAROBO UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA FOR FULFILLING INFORMATION AND ECONOMIC NEEDS OF COASTAL COMMUNITIES : A STUDY IN PASIKUTA ."
Newcomb : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media, vol. 2, no. 1, 2024, pp. 128–38.
- Waspodo, Saptono, et al. "Development of A Blue Economy Based On Marine Products On Maringkik Island Through Education And Assistance In The Processing of Fishermen Caught Zulhijjah , Aditya Ningrum , Ilham Rachmadhan , M . Syarief Murtadho Rifqi Universitas Mataram." *Jurnal Wicara Desa*, vol. 2, 2024, pp. 190–200.
- Widiaty, Eny, and Anton Priyo Nugroho. "Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Perspektif Ekonomi Islam: Peran Inflasi, Pengeluaran Pemerintah, Hutang Luar Negeri Dan Pembiayaan Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 6, no. 2, 2020, p. 223, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1043>.