

**Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Fatayat Melalui Program Usaha Mikro Untuk  
Mencegah Femisida Di Desa Jelu – Bojonegoro**

**Fatayat Family Economic Empowerment Through Micro Business Program to Prevent  
Femicide in Jelu Village – Bojonegoro**

**Ririn Fauziyah<sup>1</sup>, Eko Arief Cahyono<sup>2</sup>, Sefia Rara Romadona<sup>3</sup>, Anisa Baiti Qoiriah<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro

e-mail: <sup>1</sup>[ririn@unugiri.ac.id](mailto:ririn@unugiri.ac.id), <sup>2</sup>[pakeko@unugiri.ac.id](mailto:pakeko@unugiri.ac.id), <sup>3</sup>[sefiararasefra@gmail.com](mailto:sefiararasefra@gmail.com),

<sup>4</sup>[anisabead@gmail.com](mailto:anisabead@gmail.com)

**Abstrak:** Femisida atau pembunuhan terhadap perempuan karena gender merupakan masalah serius yang sering terjadi. Data Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) menunjukkan adanya peningkatan kekerasan berbasis gender dari tahun ke tahun. Ketidaksetaraan sosial dan ketergantungan finansial terhadap pasangan menjadi salah satu sebab perempuan lebih rentan terhadap eksploitasi dan femisida. Kurangnya pemahaman dan penggunaan *digital marketing* dalam usaha mikro juga menjadi salah satu sebab ketidakmandirian finansial perempuan yang mengakibatkan terjadinya femisida. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemandirian finansial perempuan guna meminimalisir ketergantungan finansial terhadap pasangan dan mencegah terjadinya kekerasan berbasis gender (femisida). Kegiatan ini terbagi menjadi dua tahap, yakni tahap sosialisasi bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait kekerasan dan femisida yang acap kali menimpa perempuan dikarenakan ketidaksetaraan sosial dan ketergantungan ekonomi perempuan, serta pentingnya kemandirian ekonomi dan finansial bagi perempuan. Dan tahap pendampingan berfokus pada pendampingan *digital marketing* usaha mikro. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu-Bojonegoro menjadi lebih faham terhadap femisida dan menjadi mandiri secara finansial sehingga dapat berkontribusi dalam pencegahan femisida.

**Kata Kunci:** Ekonomi Keluarga; Usaha Mikro; Femisida.

*Abstract:* Femicide or murder of women because of gender is a serious problem that often occurs. Data from the National Commission on Anti-Violence against Women (Komnas Perempuan) shows an increase in gender-based violence from year to year. Social inequality and financial dependence on partners are one of the reasons why women are more vulnerable to exploitation and femicide. The lack of understanding and use of digital marketing in micro businesses is also one of the reasons for women's financial inindependence which results in femicide. The purpose of this activity is to increase women's financial independence in order to minimize financial dependence on their spouses and prevent gender-based violence (femicide). This activity is divided into two stages, namely the socialization stage aims to convey information related to violence and femicides that often befall women due to social inequality and women's economic dependence, as well as the importance of economic and financial independence for women. And the mentoring stage focuses on digital marketing assistance for micro businesses. As a result of this community service activity, members of Fatayat NU Branch of Jelu-Bojonegoro Village became more understanding of femicides and became financially independent so that they could contribute to the prevention of femicides.

**Keyword:** Family economics; Micro businesses; Femicide.

## A. PENDAHULUAN

Data dari Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan (Komnas Perempuan, 2020) menunjukkan bahwa angka femisida mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dengan banyak di antaranya berakhir pada pembunuhan. Femisida seringkali merupakan hasil dari ketimpangan ekonomi, sosial, dan budaya yang menempatkan perempuan pada posisi yang rentan. Ketika perempuan tidak memiliki kemandirian ekonomi, mereka lebih rentan terhadap eksploitasi, kekerasan, dan ketergantungan terhadap pasangan yang berpotensi melakukan kekerasan (World Health Organization (WHO), 2012). Tingkat pemahaman masyarakat khususnya kaum perempuan terhadap femisida yang masih rendah dalam keluarga juga menjadi masalah yang harus dicari solusinya. Selain itu kurangnya pemahaman dan penggunaan *digital marketing* dalam usaha mikro juga menjadi hambatan dalam kemandirian ekonomi perempuan.

*Digital marketing* adalah penggunaan internet dan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antar perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Pemasaran digital merupakan suatu pendekatan yang memanfaatkan teknologi internet dan media digital untuk mempromosikan produk atau layanan (Indah Kencana Putri, 2019).

Fatayat Nahdlatul Ulama (NU) Ranting Desa Jelu merupakan salah satu organisasi perempuan yang produktif di Kabupaten Bojonegoro. Berbagai kegiatan rutin dilakukan guna memberdayakan perempuan melalui pemberdayaan ekonomi. Selain itu, kemandirian ekonomi menjadi salah satu prioritas dalam program Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Sebagai salah satu organisasi perempuan terbesar di Indonesia yang berfokus pada pemberdayaan perempuan, memiliki potensi besar untuk memberdayakan anggotanya dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga (Zuliaty R, 2018). Rata-rata anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro masih mengandalkan kebutuhan finansial dari pasangan. Keseharian dan waktu luang yang dimiliki hanya dimanfaatkan untuk akomodasi antar jemput anak sekolah.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama yang dihadapi adalah ketidaksetaraan sosial dan ketergantungan finansial terhadap pasangan yang menyebabkan perempuan lebih rentan terhadap eksploitasi dan femisida. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian pada bulan Oktober tahun 2024, ditemukan fakta bahwa anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro belum mandiri secara finansial. Ketidakmandirian finansial ini terlihat dari masih banyaknya anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro yang tidak produktif secara ekonomi. Mereka masih mengandalkan kebutuhan ekonomi pada pasangannya. Terdapat beberapa anggota yang sudah memiliki usaha hanya saja dibutuhkan pendampingan lebih lanjut terkait pemasaran produknya. Selain itu rendahnya tingkat pemahaman masyarakat khususnya perempuan terhadap femisida dan minimnya

pemahaman dan penggunaan *digital marketing* dalam usaha mikro juga menjadi permasalahan yang perlu diselesaikan.

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan pada keluarga Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro adalah untuk meningkatkan kemandirian finansial perempuan guna meminimalisir ketergantungan finansial terhadap pasangan dan mencegah terjadinya kekerasan berbasis gender (femisida). Program usaha mikro yang digagas berfokus pada pemberdayaan ekonomi dengan memberikan akses pelatihan kewirausahaan, *digital marketing* usaha mikro, dan pendampingan bagi Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro sebagai langkah preventif dalam mencegah kekerasan dan femisida.

Melalui pemberdayaan ekonomi berbasis usaha mikro, Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro diharapkan dapat lebih mandiri secara ekonomi sehingga dapat mengurangi ketergantungan finansial terhadap pasangan. Ketergantungan finansial acapkali menjadi akar permasalahan kekerasan dalam rumah tangga dan sekaligus berkontribusi dalam pencegahan femisida (Nur Hidayati, 2020). Di samping itu diharapkan anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro dapat meningkatkan pengetahuan tentang *digital marketing* dalam usaha mikro, mampu memasarkan produk pada *e-commerce*, serta memahami strategi pemasaran secara lebih optimal.

## **B. METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan dua metode yaitu:

### **1. Metode PAR (*Participatory Action Research*).**

Metode PAR adalah pendekatan penelitian yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh proses, mulai dari identifikasi masalah hingga implementasi solusi (Fajar Junaedi, 2019). Metode ini memungkinkan masyarakat untuk mengambil peran sentral dalam mengidentifikasi kebutuhan ekonomi, memilih jenis usaha mikro yang relevan, serta berpartisipasi dalam perencanaan dan pelaksanaan program (Agus Afandi, 2013). Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- a. Survey Awal dan Analisis Kebutuhan: Dilakukan survei kepada keluarga Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro untuk mengidentifikasi kebutuhan ekonomi, potensi usaha mikro yang sesuai, serta tingkat kesadaran terhadap kekerasan berbasis gender dan femisida.
- b. Melibatkan anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro secara langsung dalam diskusi untuk mengidentifikasi masalah ekonomi dan sosial yang terkait dengan femisida.
- c. Mengadakan lokakarya atau diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk menggali potensi usaha mikro yang bisa dikembangkan.
- d. Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro.

e. Mengambil tindakan kolaboratif berdasarkan hasil diskusi, kemudian memantau dan mengevaluasi hasilnya secara partisipatif.

2. Pendekatan Gender dalam Pemberdayaan Ekonomi Usaha Mikro.

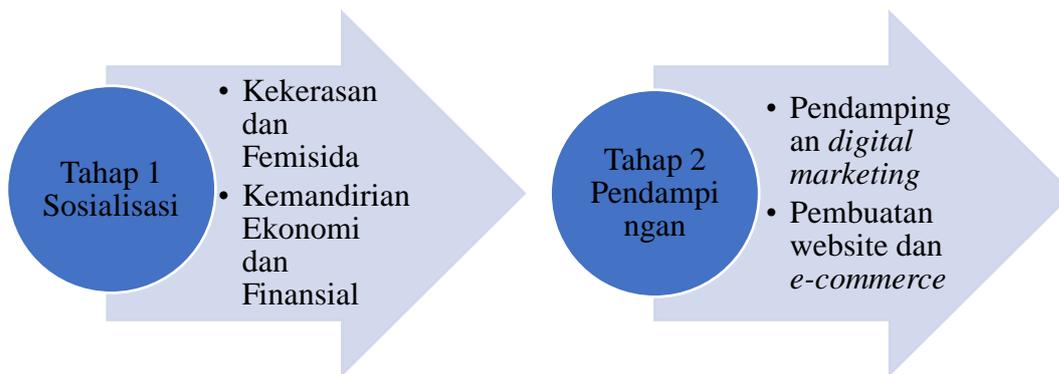
Pemberdayaan ekonomi perempuan merupakan kunci dalam mencegah femisida yang seringkali terjadi karena ketimpangan gender dan ketergantungan ekonomi. Pendekatan ini mengintegrasikan kesadaran gender ke dalam seluruh program pelatihan dan pemberdayaan usaha mikro. Langkah-langkah yang diambil dalam metode ini adalah sebagai berikut:

- a. Sosialisasi Kesetaraan Gender: Mengadakan seminar atau penyuluhan terkait kesetaraan gender, hak-hak perempuan, dan pencegahan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT).
- b. Konseling dan Dukungan Sosial: Menyediakan layanan konseling oleh Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro bagi perempuan yang menjadi korban kekerasan atau yang rentan terhadap kekerasan rumah tangga, bekerja sama dengan lembaga perlindungan perempuan atau lembaga advokasi.
- c. Pelatihan Pemasaran Digital: Melatih anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro untuk menggunakan media sosial dan platform digital, seperti: Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain sebagainya dalam memasarkan produk hasil usaha mikro yang sudah dimiliki.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, terdapat dua tahapan utama, yaitu:

1. Tahap sosialisasi: Tahap pertama adalah sosialisasi terkait kekerasan dan femisida serta pentingnya kemandirian ekonomi dan finansial bagi perempuan. Dalam kegiatan ini akan dipaparkan mengenai kekerasan berbasis gender dan langkah-langkah yang dapat diambil ketika mengalami femisida. Di samping itu juga akan dipaparkan mengenai pentingnya kemandirian ekonomi dan finansial bagi perempuan.
2. Tahap pendampingan: tahap kedua adalah pendampingan *digital marketing* usaha mikro. Pada tahap ini, mitra akan diberikan informasi dan dilakukan pendampingan dalam *digital marketing*, pembuatan website dan *e-commerce* (Instagram, Facebook dan Lynk.id).

Adapun rincian tahapannya dapat dilihat sebagai berikut:

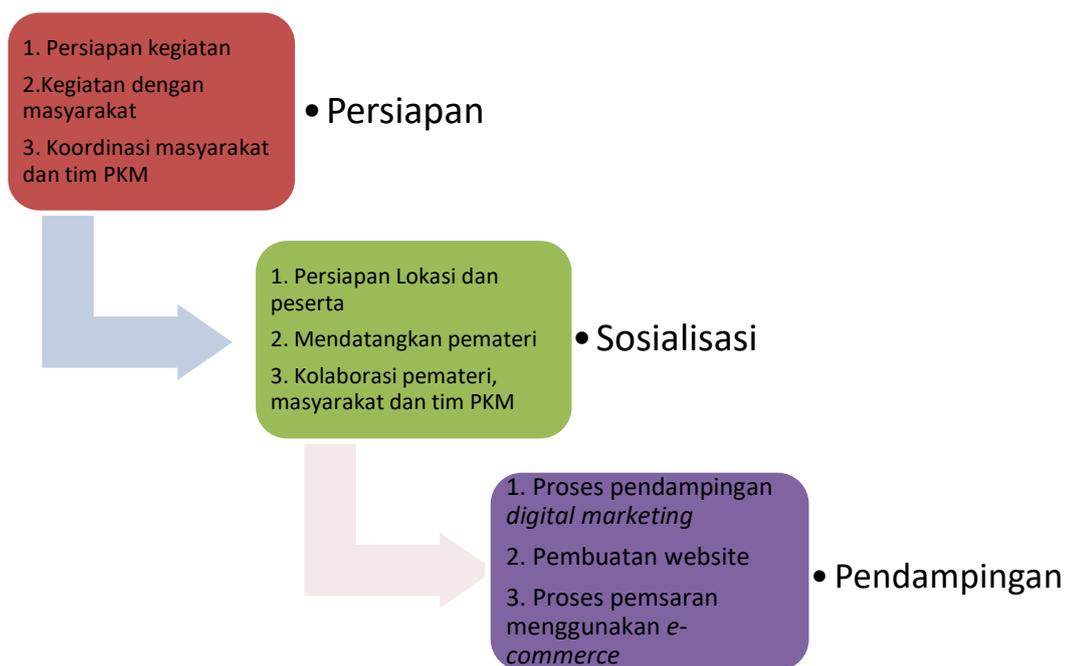


Adapun keterkaitan kegiatan pengabdian dengan permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

No	Jenis Permasalahan	Kegiatan Terkait
1.	Rendahnya pemahaman Perempuan tentang femisida	Sosialisasi terkait kekerasan dan femisida
2.	Kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya kemandirian ekonomi dan finansial	Sosialisasi terkait pentingnya kemandirian ekonomi dan finansial
3.	Kurangnya pemahaman dan penggunaan <i>digital marketing</i> dalam usaha mikro	Pelatihan pemasaran produk secara <i>online</i> melalui <i>e-commerce</i> Pendampingan <i>digital marketing</i> usaha mikro menggunakan <i>e-commerce</i>

Tabel 1. Permasalahan yang dihadapi

Mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro terlibat dalam setiap tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan.



Pada tahap Sosialisasi, mitra berperan sebagai peserta/objek sosialisasi, di mana mitra akan menerima informasi atau pengetahuan yang disampaikan oleh tim pengusul. Pada tahap Pendampingan, mitra berperan sebagai objek yang didampingi, pada tahap ini mitra sudah membuat website dan melaksanakan kegiatan pemasaran melalui *platform* berbasis *online-shop*. Diharapkan keterlibatan mitra baik secara pasif maupun aktif dalam setiap tahapan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menjadikan mitra lebih mandiri. Evaluasi pelaksanaan program setelah kegiatan berakhir dilakukan melalui monitoring *online* secara berkala atau berupa kunjungan rutin setiap tiga bulan sekali selama dua tahun setelah kegiatan berakhir. Kegiatan tersebut digunakan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi mitra baru dan mencari solusinya.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan hasil kolaborasi antara Tim PKM Unugiri dengan anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu-Bojonegoro. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 01-28 November 2024. Secara garis besar, program pengabdian kepada masyarakat diawali dengan kegiatan observasi dan FGD yang dilakukan pada tanggal 02 November 2024 dengan tujuan untuk menganalisis keadaan, permasalahan, dan potensi pada anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu - Bojonegoro terkait *digital marketing*. Kemudian kegiatan pengabdian masyarakat dilanjutkan dengan pelatihan *digital marketing* pada tanggal 20 November 2024 di Aula MI Miftahul Huda Desa Jelu, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro.

Tahapan-tahapan yang dilakukan selama kegiatan pengabdian untuk mencapai tujuan dari program ini, yaitu: pendahuluan, pelaksanaan, serta evaluasi dan tindak lanjut.

Penggunaan *digital marketing* dalam penjualan produk oleh anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu - Bojonegoro yang telah memiliki Unit Usaha Mikro Kecil sangat memungkinkan jika dilihat dari potensi fasilitas yang dimiliki oleh anggota UMKM Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Fasilitas pendukung untuk penerapan *digital marketing* yang dimaksud adalah akses internet yang baik dan peralatan Teknologi Informasi (TI) sebagai media pemasaran *online*, seperti: laptop dan gawai pintar yang dapat terkoneksi ke internet. Hasil observasi menunjukkan bahwa 95% dari UMKM yang ada memiliki akses internet yang baik dan semua (100%) UMKM memiliki peralatan yang dapat digunakan untuk pemasaran *online*. Materi yang disampaikan oleh tim pengabdian terkait digital marketing adalah sebagai berikut :

<b>Materi</b>	<b>Pembahasan</b>	<b>Metode</b>	<b>Tujuan</b>
Pengenalan <i>digital marketing</i>	Definisi, tujuan, manfaat, dan strategi <i>digital marketing</i> pada UMKM	Ceramah dan Tanya Jawab	Meningkatkan pengetahuan peserta mengenai teori <i>digital marketing</i>
<i>Social media marketing</i>	Pemanfaatan media <i>online</i> (Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram dan Website)	Ceramah, diskusi dan praktik	Meningkatnya pengetahuan tentang <i>social media marketing</i>
<i>Content marketing</i>	Pembuatan konten produk yang menarik untuk konsumen  Foto produk, website, email marketing, video marketing	Ceramah, diskusi dan praktik	Peserta dapat menyiapkan isi yang akan dipasarkan
FGD <i>digital marketing</i>	Pembahasan pertanyaan peserta terkait <i>digital marketing</i> oleh pembicara	Tanya jawab	Meningkatkan pemahaman tentang <i>digital marketing</i>

(Ririn Fauziyah, Eko Arief Cahyono, Sefia Rara Romadona, Anisa Baiti Qoiriah)

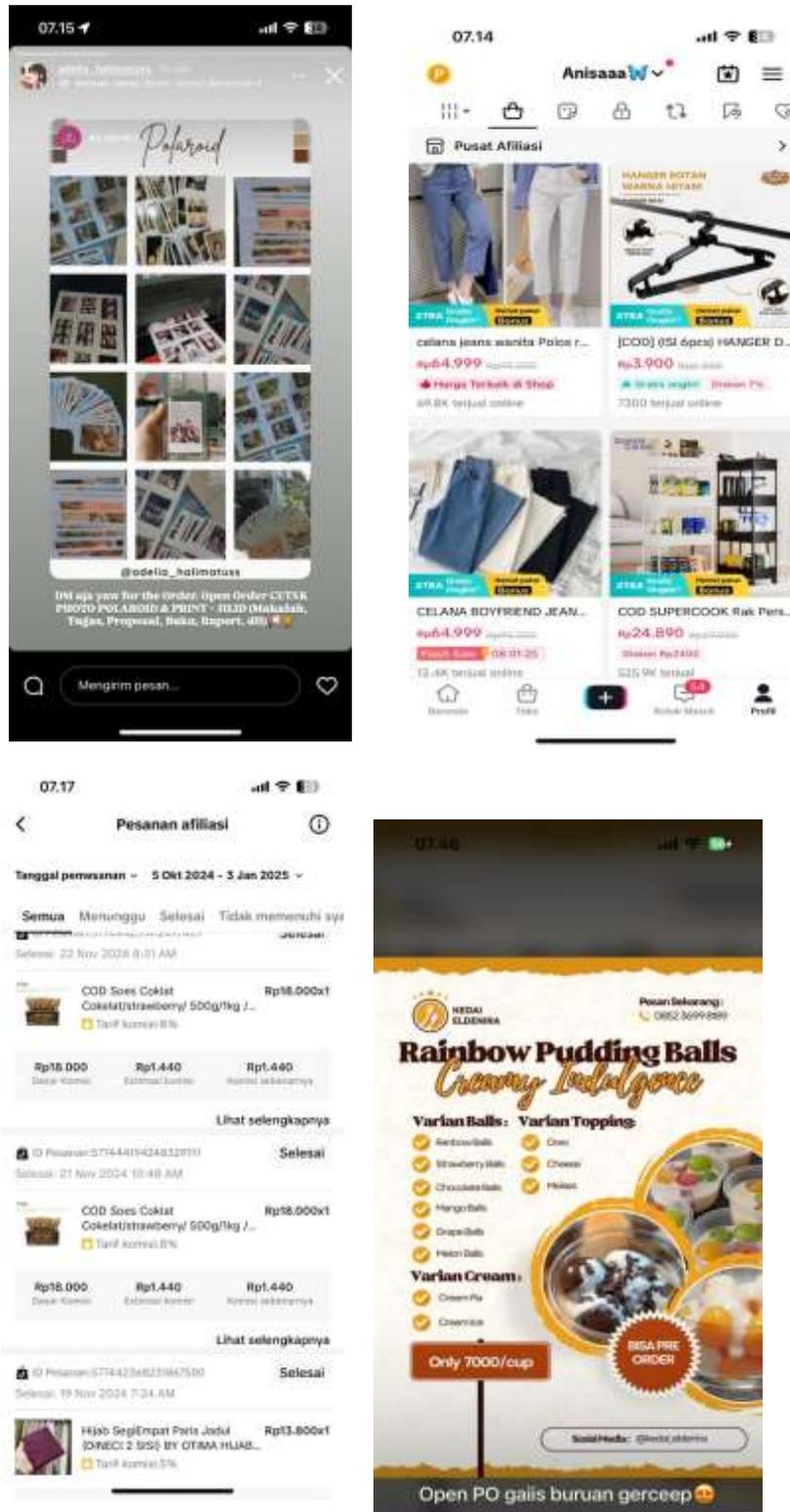


Gambar 1. Penyampaian Materi Femisida dan *Digital Marketing*



Gambar 2. FGD Setelah Penyampaian Materi

Narasumber dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Indah Listyorini, M.H. (Dosen Hukum Keluarga Islam Unugiri dan pakar gender). Materi yang disampaikan mengenai pencegahan femisida pada keluarga dan pentingnya kemandirian finansial bagi perempuan. Narasumber kedua yaitu Nilna Indriana, S.S, M.A (Dosen Kewirausahaan Unugiri dan *Owner Mozaya*). Materi yang disampaikan tentang pengenalan *digital marketing*, *social media marketing*, *content marketing*, serta FGD *digital marketing*. Setelah dilakukannya pelatihan *digital marketing*, berdasarkan kuesioner mengenai ketertarikan peserta dalam mempraktikkan *digital marketing*, sebanyak 16% peserta tertarik untuk belajar mempraktikkan *digital marketing* dan sebanyak 84% peserta sangat tertarik untuk mempraktikkan *digital marketing* pada produk yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

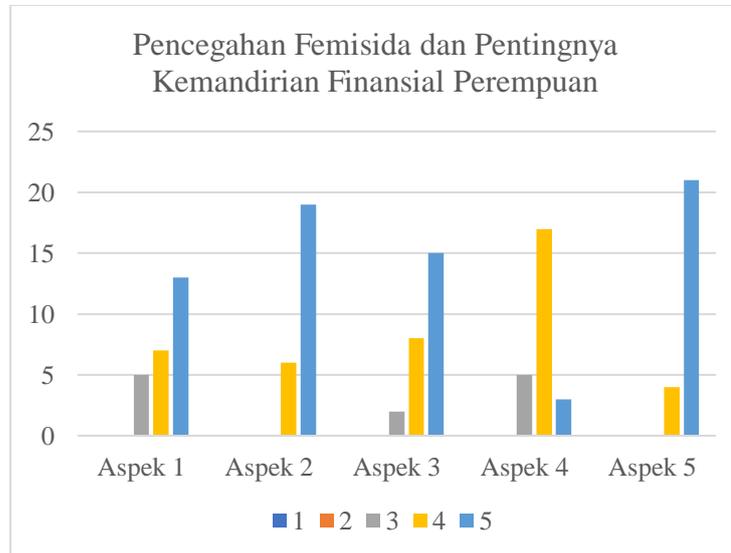


Gambar 3. Tampilan akun Instagram UMKM anggota Fatayat

Berdasarkan hasil pengamatan dan penilaian terhadap anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan

*digital marketing* adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman Materi Pencegahan Femisida dan Pentingnya Kemandirian Finansial Perempuan



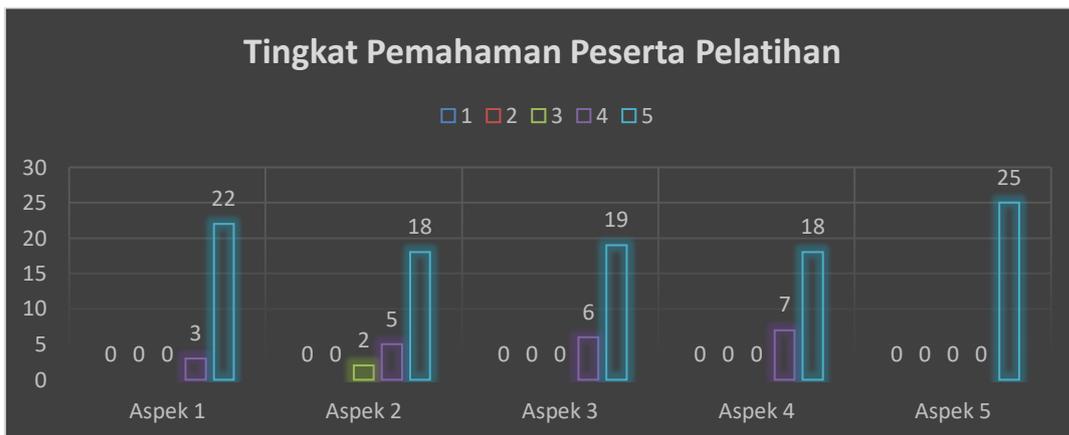
Gambar 4. Grafik Pemahaman Materi

Keterangan :

- Aspek 1 : Kontribusi perempuan dalam finansial keluarga
- Aspek 2 : Akses perempuan dalam kemandirian ekonomi
- Aspek 3 : Faktor penyebab terjadinya femisida
- Aspek 4 : Kepemilikan wirausaha
- Aspek 5 : Pemahaman terhadap materi yang disampaikan

Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa mayoritas peserta pelatihan yaitu anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro telah memiliki pemahaman yang baik tentang pencegahan femisida dan pentingnya kemandirian finansial perempuan. Peserta mudah dalam memahami materi yang disampaikan oleh narasumber. Para peserta memiliki akses yang cukup tinggi dalam kemandirian ekonomi, namun kepemilikan usaha masih rendah dan belum optimal pemasarannya karena hanya dipasarkan secara *offline* dan belum dipasarkan secara *online*.

2. Tingkat Pemahaman Peserta Pelatihan



Gambar 5. Tingkat Pemahaman Peserta

Keterangan :

Aspek 1 : Peserta memperhatikan penjelasan instruktur

Aspek 2 : Peserta membuat akun di *marketplace*

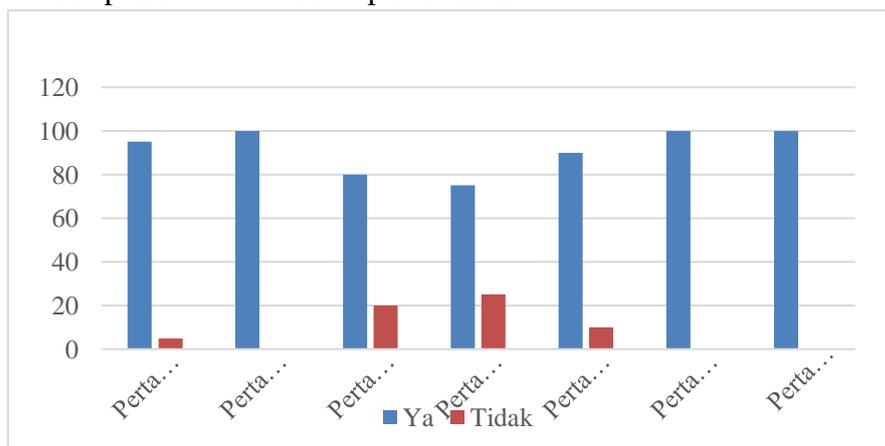
Aspek 3 : Peserta mempraktikkan *digital marketing* di gawai masing-masing

Aspek 4 : Peserta mengupload usaha yang dimiliki pada platform *marketplace* yang telah dibuat

Aspek 5 : Peserta menunjukkan hasil *upload* usaha pada *marketplace* yang telah dibuat kepada instruktur

Gambar 5 di atas menunjukkan bahwa aktivitas peserta pelatihan selama kegiatan berjalan dengan baik, dimulai dari memperhatikan penjelasan instruktur, menyiapkan alat dan bahan yang akan digunakan, membuat akun di *marketplace*, mengupload hasil usaha yang dimiliki pada platform *marketplace* dan menyerahkan hasil *upload* kepada instruktur untuk mendapatkan penilaian dan saran.

### 3. Respon Peserta Terhadap Pelatihan



Gambar 6. Hasil Respon Peserta Terhadap Pelatihan

Pada Gambar 6 grafik respon peserta pelatihan terhadap pelatihan mendapatkan hasil yang beragam. Hasil presentase tertinggi terdapat pada pertanyaan 2, 6 dan 7 dengan

(Ririn Fauziyah, Eko Arief Cahyono, Sefia Rara Romadona, Anisa Baiti Qoiriah)

---

skor 100% jawaban “iya”, sedangkan hasil presentase terendah berada di pertanyaan 4 dengan 75% jawaban “iya” dan 25% jawaban “tidak”.

Dari hasil penilaian responden anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro terhadap kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dapat diketahui bahwa dengan dilakukannya pelatihan *digital marketing* telah memberikan manfaat yang cukup signifikan dalam memberdayakan ekonomi keluarga Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Selain dapat meningkatkan perekonomian keluarga, program ini juga menciptakan perubahan sosial yang mendukung pencegahan kekerasan berbasis gender dan femisida dalam keluarga. Penguatan komunitas berbasis *digital* menjadi kunci keberlanjutan program ini.

#### **D. SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jelu, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro dengan mitra anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Dari hasil kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro menjadi lebih faham terhadap femisida dan menjadi mandiri secara finansial sehingga dapat berkontribusi dalam pencegahan femisida. Anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro yang sudah memiliki usaha (UMKM) menjadi lebih faham dan mampu mengatur serta mengoptimalkan strategi *digital marketing* yang sesuai untuk memajukan usahanya secara maksimal sehingga dapat meningkatkan daya saing. Pelaksanaan dari strategi *digital marketing* yang tepat dan sesuai dengan bidang usahanya akan mendorong perkembangan para pelaku UMKM untuk menjadikan UMKM yang unggul.

Rekomendasi yang dapat diberikan pada pengabdian kepada masyarakat ini dilanjutkan pada *follow up* dan pendampingan dalam pengelolaan akun dan konten yang dimiliki oleh UMKM anggota Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Selain itu perlu dilakukan pembentukan satuan tugas (Satgas) anti kekerasan dan femisida pada Fatayat NU Ranting Desa Jelu – Bojonegoro. Dengan terbentuknya Satgas anti kekerasan dan femisida diharapkan mampu meminimalisir terjadinya kekerasan dan femisida di Masyarakat.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Agus Afandi. (2013). *Modul Participatory Action Research (PAR)*. (IAIN Sunan Ampel Surabaya: Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM)(IAIN Sunan Ampel Surabaya: Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM)).
- Fajar Junaedi. (2019). *Participatory Action Research, Metode Riset untuk Analisis Sosial Partisipatif*.
- Indah Kencana Putri, L. P. (2019). Perilaku Konsumen Pengguna Instagram di Era Marketing 4.0. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 20. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2248>

(Ririn Fauziyah, Eko Arief Cahyono, Sefia Rara Romadona, Anisa Baiti Qoiriah)

---

Komnas Perempuan. (2020). *Komnas Perempuan. Catatan Tahunan tentang Kekerasan terhadap Perempuan*.

Nur Hidayati. (2020). Peran Fatayat NU dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan untuk Mencegah Kekerasan Berbasis Gender. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.

World Health Organization (WHO). (2012). *Understanding and Addressing Violence Against Women: Femicide*.

Zuliati R. (2018). Pemberdayaan Perempuan oleh Fatayat Nahdlatul Ulama dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Studi Gender*.