

Laporan Pengabdian Masyarakat

Diseminasi Digitalisasi Branding, Pemasaran, dan Penjualan Produk Komunitas
UMKM Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur



Oleh:

Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M

Tiara Juliana Jaya, M.Si

Guntur Kusuma Wardana, M.M

Eka Wahyu Hetya Budianto, M.Si

Kurniawati Meylianingrum, M.E

FAKULTAS EKONOMI

UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Pengabdian Masyarakat
Diseminasi Digitalisasi Branding, Pemasaran, dan Penjualan Produk Komunitas UMKM
Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur

Disahkan pada Tanggal 26 Agustus 2022

Dekan Fakultas Ekonomi



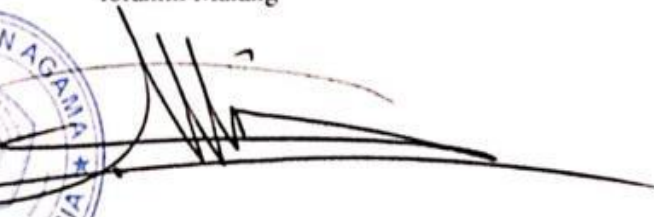
Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El
NIP. 197507072005011005

Ketua UPPM Fakultas Ekonomi



Zurindah, M.S.A
NIP. 197612102009122001

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
(LP2M) Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang



Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd
NIP. 19650817 199803 1 003

Diseminasi Digitalisasi Branding, Pemasaran, dan Penjualan Produk Komunitas UMKM Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur

Oleh:

Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M

Tiara Juliana Jaya, M.Si

Guntur Kusuma Wardana, M.M

Eka Wahyu Hetya Budianto, M.Si

Kurniawati Meylianingrum, M.E

RINGKASAN

E-Marketing menjadi salah satu trend media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Perlahan namun pasti masyarakat mulai meninggalkan model pemasaran konvensional atau tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Dengan E-Marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa menjangkau kepelosok dunia. Dengan jumlah pengguna social media baik berbasis chat maupun aplikasi semakin hari semakin bertambah dan dapat membuka peluang bagi UMKM dan usaha rumah tangga untuk melebarkan sayap pasarnya dengan menggunakan smartphome. Komunitas UMKM Gempol terdiri dari pengusaha-pengusaha yang memiliki produk yang berbeda-beda. Berdasarkan data yang diambil dari website Kabupaten Pasuruan bahwa wilayah Gempol memiliki mayoritas usaha rumah tangga dalam bidang olahan produksi makanan dan minuman. Permasalahan UMKM yang masih sering ditemui dalam menjalankan bisnisnya yaitu terkait permasalahan SDM, modal dan pemasaran. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan secara langsung dengan pendekatan community development. Setelah diketahui akar permasalahan yang dihadapi, langkah selanjutnya yaitu merumuskan materi sesuai dengan kebutuhan subjek yang dituju. Kebutuhan yang diinginkan oleh subjek adalah instalisasi whatsapp business dan pembuatan website sebagai sarana branding, pemasaran, dan peningkatan penjualan produk dari komunitas UMKM Gempol.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Kegiatan	3
1.4 Manfaat Kegiatan	3
1.5 Sasaran Kegiatan	3
1.6 Waktu, Jadwal dan Tempat Pelaksanaan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Digital Branding	4
2.2 <i>Digital Marketing</i>	4
BAB III MATERI DAN METODE PELAKSANAAN	6
3.1 Materi Pengabdian Masyarakat	6
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	7
4.1 Hasil dan Pembahasan Pelaksanaan Pengabdian.....	7
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	11
5.1 Kesimpulan.....	11
5.2 Saran	11
DAFTAR PUSTAKA	12

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	8
Gambar 2	8
Gambar 3	8
Gambar 4	9
Gambar 5	10

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae Tim Pengabdian	13
Lampiran 2. Surat Tugas	39
Lampiran 3. Daftar Hadir	41
Lampiran 4. Foto-Foto Kegiatan.....	43
Lampiran 3. Materi Pengabdian.....	45

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat saat ini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global (Pradiani, 2018). Dampak nyata yang terlihat adalah dapat meningkatkan volume penjualan dan profit di seluruh usaha baik dari sektor UMKM, rumah tangga, hingga perusahaan. Banyaknya kompetitor menjadi faktor utama bagi para pengusaha untuk masuk dalam dunia persaingan yang sangat ketat (Pradiani, 2018). Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan para pengusaha ini selalu meningkat dan memperoleh keuntungan.

Dampak dari teknologi informasi ini dapat mengembangkan aspek kapabilitas kewirausahaan dan cara industri untuk bertahan hidup telah berkembang sejalan dengan paradigma ekonomi kreatif, dimana aspek inovatif, proaktif dan berani mengambil risiko tidaklah cukup konteks ekonomi pengetahuan. Aspek manajemen internal dan risiko, semangat anti plagiasi desain dan kemampuan menciptakan daya beda yang unik menjadi aspek krusial dalam pengembangan industri kreatif saat ini (Hermawan et al., 2017). Kemampuan mengelola dan mengolah ide yang terus menerus menjadi kapital utama bagi wirausaha pelaku industri, disamping aspek inovasi teknologi dan pemasaran adalah daya dorong industri yang krusial (Hermawan et al., 2017).

E-Marketing menjadi salah satu *trand* media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Perlahan namun pasti masyarakat mulai meninggalkan model pemasaran konvensional atau tradisional beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing. Dengan E-Marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa menjangkau ke pelosok dunia. Dengan jumlah pengguna social media baik berbasis chat maupun aplikasi semakin hari semakin bertambah dan dapat membuka peluang bagi UMKM dan usaha rumah tangga untuk melebarkan sayap pasarnya dengan menggunakan *smartphone*.

Teknologi digital memungkinkan sebuah bisnis untuk mengembangkan produk generasi baru. Terdapat beberapa perusahaan mengembangkan dan memasarkan berbagai produk secara digital. Produk-produk tersebut dirancang untuk pasar bisnis dan konsumen (Pradiani, 2018). Produk digital memiliki dua kategori yaitu kategori konten dan kategori teknologi. Konten digital terdiri dari informasi dalam format digital termasuk video, audio, teks, dan grafik. Konten tersebut dikonversi menjadi produk bisnis dan konsumen seperti koran, majalah, game online, foto, grafik, dan video. Teknologi digital adalah peralatan yang digunakan oleh bisnis dan konsumen untuk mengembangkan, menyimpan, mendistribusikan, dan menggunakan konten digital. Teknologi ini berkisar dari video digital dan peralatan audio hingga telepon seluler, personal digital assistant.

Wilayah Kabupaten Pasuruan dengan luas 1.474,015 km² terletak antara 112o35'30" hingga 113o06'30" Bujur Timur dan antara 7o32'30" hingga 7o57'30" Lintang Selatan. Sebelah Utara dibatasi oleh Kota Pasuruan, Selat Madura dan Kabupaten Sidoarjo, sebelah Selatan dibatasi oleh Kabupaten Malang, sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto dan Kota Batu, serta sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo (*Pemerintah Kabupaten Pasuruan, 2022*). Jenis industri kecil atau rumah tangga di Kabupaten Pasuruan sangat beragam, antara lain olahan makanan, minuman, konveksi, dan mebel (kerajinan kayu). Sentra bakpia dan klepon terdapat di Kecamatan Gempol. Sentra konveksi pakaian jadi terdapat di Kecamatan Gempol. Sentra konveksi bordir terdapat di Kecamatan Bangil dan lainnya seperti Beji dan Rembang dengan produk antara lain berupa mukena dan pakaian muslim. Sentra kerajinan kayu, antara lain di desa Sentul Kecamatan Purwodadi, Tambaksari Kecamatan Kraton, Wonorejo Kecamatan Wonorejo, Sungikulon dan Sungiwetan Kecamatan Pohjentrek, Kecamatan Winongan serta Kecamatan Rejos. Produknya antara lain berupa mainan anak-anak, setir mobil, kotak tissue, handle persneling, dashboard, catur dan meubelair. Beberapa produk industri kecil tersebut selain untuk memenuhi permintaan lokal, juga luar daerah dan luar negeri atau ekspor.

Komunitas UMKM Gempol terdiri dari pengusaha-pengusaha yang memiliki produk yang berbeda-beda. Berdasarkan data yang diambil dari *website* Kabupaten Pasuruan bahwa wilayah Gempol memiliki mayoritas usaha rumah tangga dalam bidang olahan produksi makanan dan minuman. Produk-produk yang dihasilkan oleh komunitas UMKM wilayah gempol berupa makanan basah seperti brownies, ayam krispy hingga

olahan makanan kering seperti keripik tempe, kacang goreng, jamu, dsb.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan analisis situasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa permasalahan UMKM yang masih sering ditemui dalam menjalankan bisnis UMKM Gempol yaitu terkait permasalahan pemasaran produk yang dijual. Hal ini memiliki efek berkepanjangan pada omset UMKM tersebut yang secara terus-menerus. Oleh sebab itu, pelatihan dan implementasi penggunaan digital marketing perlu diterapkan oleh UMKM agar meluasnya jaringan penjualan dan menambah omset UMKM.

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan implementasi penggunaan sosial media sebagai media branding dan pemasaran secara online kepada pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis dan wirausaha, memberikan motivasi agar pelaku UMKM lebih kreatif dan inovatif, serta memberikan pola bisnis yang baik dan tepat serta pentingnya pemasaran digital.

1.4 Manfaat Kegiatan

Manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk pelaku UMKM adalah sebagai media pengetahuan akan era digital dan konsumen yang sudah menggunakan pasar online sebagai media jual beli. Manfaat bagi institusi adalah bahwa kegiatan pengabdian masyarakat menjadi salah satu komponen kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi sehingga diharapkan dapat berkontribusi secara langsung dalam kehidupan sosial masyarakat.

1.5 Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa diseminasi dan implementasi yang ditujukan kepada pemilik dan pegawai UMKM Kecamatan Gempol. Pembinaan diberikan dalam beberapa tema yaitu terkait digital branding, instalasi *whatsapp business*, dan pembuatan website.

1.6 Waktu, Jadwal, dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 16 Agustus 2022 di kediaman milik Ibu Sudarti sebagai pengusaha olahan ikan patin yang beralamat di Desa Ngerong Rt 05 Rw 02, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Digital Branding

Menurut Fadly & Utama (2020) branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing. Tak lepas dari pemasaran online, peran digital branding disini juga sangatlah penting untuk menunjang efektifitas pemasaran online tersebut. Jika tanpa branding yang sesuai maka produk yang dijual kepada masyarakat akan sulit dikenali. Menurut (Rangkuti, 2002) definisi merk atau brand dibagi menjadi empat jenis, yaitu : 1) Brand name (nama merek), 2) Brand mark (tanda merek), 3) Trade mark (tanda merek dagang), 4) Copyright (hak cipta). Merek disini juga tidak hanya sebagai simbol belaka, namun juga memiliki arti mengenalkan produk tersebut agar produk yang dikenalkan menjadi populer di mata masyarakat. Dengan membangun merek digital atau digital branding maka kombinasi antara pemasaran online dengan digital branding akan menghasilkan suatu sistem penjualan barang maupun jasa yang efektif dan efisien.

1.2 Digital Marketing dan Penjualan

Menurut (Kotler, 2011) Pemasaran online adalah suatu sistem kinerja perusahaan yang berfokus pada penjualan barang, jasa ataupun promosi yang menggunakan media internet sebagai pendukung sistem tersebut (Fadly & Utama, 2020). Pemasaran online disini lebih dikenal dengan sebutan e-commerce yang menggunakan media internet sebagai kegiatan bertransaksi sehingga suatu kegiatan berbelanja menjadi mudah dan efisien. Salah satu keunggulan dengan adanya pemasaran online disini adalah sistem pembayaran menjadi lebih mudah dan efisien. Biasanya masyarakat melakukan pembayaran dengan menggunakan ATM (Automatic Teller Machine) maupun dengan mbanking. Produk yang dipasarkan pun sudah tersedia melalui media internet sehingga masyarakat yang ingin sekedar melihat maupun membeli bisa melihat display produk tanpa harus datang langsung ke toko atau ke tempat penjualannya. Sistem pengiriman pun menggunakan jasa pengiriman, jadi kita sebagai pembeli sangatlah terbantu dengan adanya sistem pemasaran online ini. Hal ini dirasa sangatlah efektif mengingat masyarakat indonesia sudah banyak yang menggunakan

smartphone dan ditambah lagi pada masa pandemi ini masyarakat sudah banyak yang melakukan pekerjaannya di rumah (work from home).

BAB III

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan secara langsung dengan pendekatan *community development*. Pendekatan ini berorientasi kepada upaya pengembangan pemberdayaan masyarakat dengan menjadikan masyarakat sebagai subjek dan sekaligus objek pembangunan serta pelibatan secara langsung dalam kegiatan pengabdian masyarakat (Setiyanti, 2022). Langkah pertama yang dilakukan adalah observasi terhadap kebutuhan dan permasalahan yang ada dalam komunitas UMKM Gempol.

Setelah diketahui akar permasalahan yang dihadapi, langkah selanjutnya yaitu merumuskan materi sesuai dengan kebutuhan subjek yang dituju. Kebutuhan yang diinginkan oleh subjek adalah instalisasi *whatsapp business* dan pembuatan website sebagai sarana branding, pemasaran, dan peningkatan penjualan produk dari komunitas UMKM Gempol. Langkah ketiga yaitu pelatihan dan pendampingan digitalisasi pemasaran melalui media *whatsapp business* dan website gratis bagi kelompok UMKM Gempol. Sehingga outcome dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah instalisasi aplikasi *whatsapp business* dan pembuatan website.

BAB IV

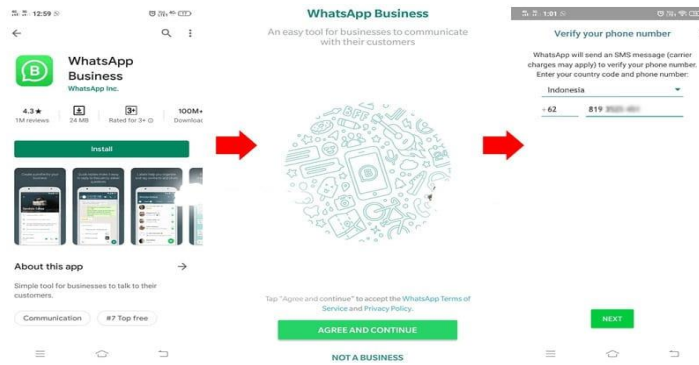
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil dan Pembahasan Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang telah ditetapkan. Pada tahap awal dilakukan komunikasi kepada Bu Sudiati selaku pemilik dari UMKM Dua Putri olahan ikan patin di Ngerong, Gempol, Pasuruan, Jawa Timur melalui whatsapp yang telah diberikan dari Dinas Koperasi Wilayah Pasuruan. Dari narasumber, informasi yang kami dapatkan bahwa mayoritas penjualan produk UMKM yang berada di wilayah Gempol, Pasuruan masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Produk yang mereka jual sudah melalui proses legalitas yang lengkap, mulai dari P-IRT, SKP, hingga sertifikasi halal. Bahkan, mereka sudah memasarkan produknya melalui online shop seperti shopee, gofood, dan grab food. Namun, penjualan secara online masih belum maksimal terkendala tidak adanya admin yang stanby untuk menjawab pesanan melalui whatsapp maupun media sosial lain yang relevan. Oleh sebab itu perlu adanya peningkatan media whatsapp menjadi whatsapp business sebagai platform penjualan online

Langkah yang perlu diperhatikan untuk pembuatan whatsapp business adalah:

1. Sebelum mulai mengatur profil bisnis, pastikan sudah tahu cara mulai menggunakan WhatsApp Business lebih dulu. Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu Anda siapkan sebelum membuat WhatsApp Bisnis
 - a. Kontak baru atau kontak khusus yang akan digunakan untuk WhatsApp Bisnis
 - b. Jika ingin tetap menggunakan kontak lama, ini berarti kontak Anda akan migrasi menjadi WhatsApp Bisnis (bukan WA personal lagi)
2. Unduh aplikasi WhatsApp Bisnis di Playstore, kemudian tap Install
3. Setelah terinstal, buka aplikasi WA bisnis
4. Tap pilihan 'Agree & Continue' atau 'Setuju dan Lanjutkan'



Gambar 1. Tampilan download whatsapp business

5. Di langkah selanjutnya, Anda perlu memasukkan no HP yang akan menjadi kontak WhatsApp Bisnis Anda
6. Setelah memasukkan no HP, WhatsApp akan mengirimkan sms kode verifikasi ke ponsel Anda
7. Masukan kode verifikasi, lalu klik Lanjut



Gambar 2. Tampilan kode verifikasi pada laman whatsapp business

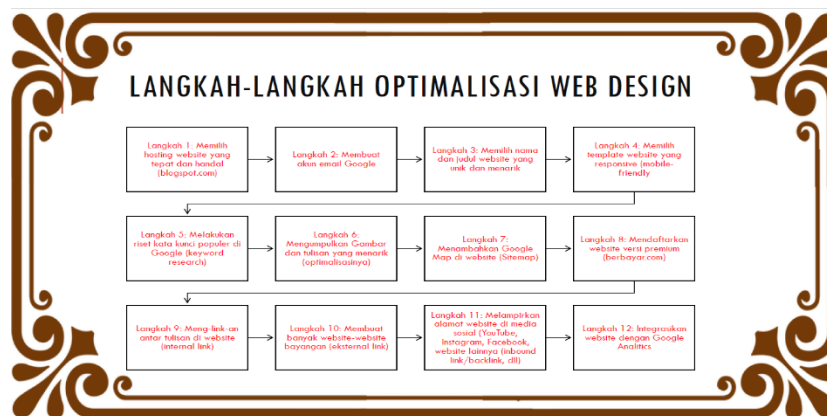
8. Di langkah selanjutnya, WhatsApp bertanya apakah Anda mempunyai backup untuk dipulihkan. Jika akun ini benar- benar baru atau tidak mempunyai backup, Anda bisa memilih opsi 'Nanti'.
9. Selesai.



Gambar 3. Implementasi Pembuatan Whatsapp Business

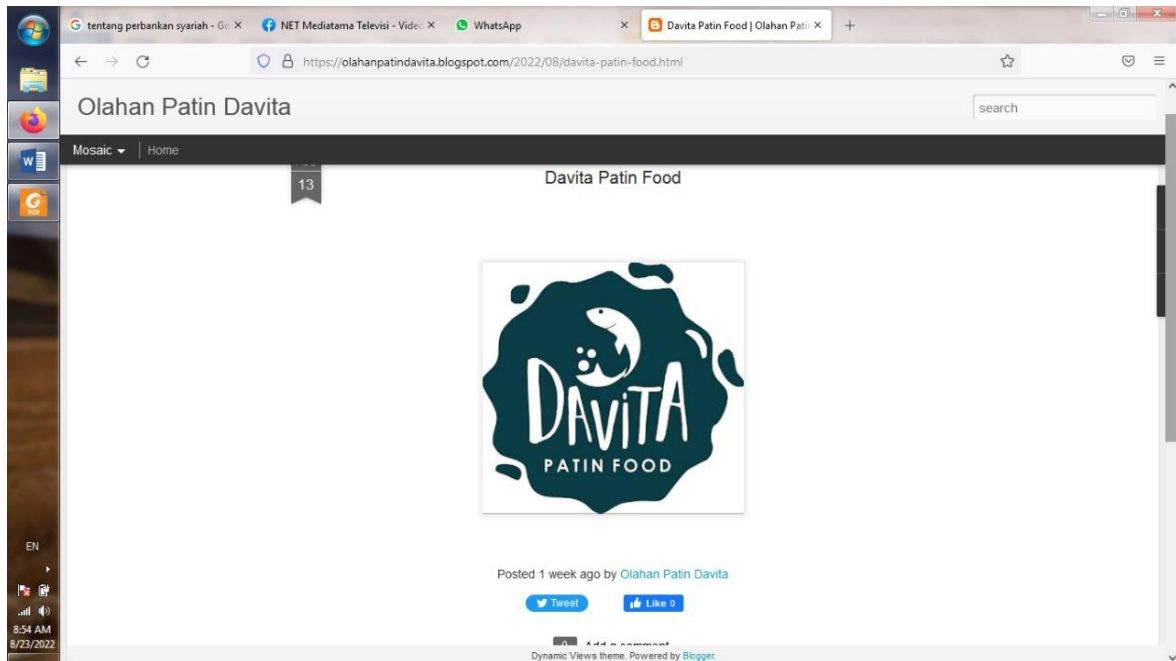
Setelah whatsapp business terinstal di hp masing-masing pelaku kelompok UMKM daerah Gempol, kami melanjutkan ke langkah berikutnya yaitu mengatur profil bisnis dan mengisi informasi. Karena langkah ini menjadi outcome yang menguntungkan bagi masing-masing peserta UMKM Gempol. Kegunaan dari whatsapp business ini adalah membuat interaksi pemilik usaha dengan pelanggan menjadi lebih mudah dengan menyediakan fitur-fitur untuk mengotomasi, menyortir, dan membalas pesan dengan cepat.

Materi kedua yaitu pembuatan website sebagai platform branding dan pemasaran digital. Pembuatan website ini diawali dengan pengenalan website tidak berbayar dan dilanjutkan dengan pemaparan langkah-langkah optimalisasi web design.



Gambar 4. optimalisasi web design

Praktik pembuatan web tidak berbayar dilakukan oleh masing-masing peserta di rumah. Namun pemantauan terus kami lakukan dengan berkoordinasi melalui group whatsapp. Manfaat dari pembuatan website ini bagi komunitas Website untuk UKM juga dapat berguna sebagai sarana promosi yang lebih mengikat pemirsa. Para pelaku UKM bisa saja hanya menggunakan website gratisan ala kadarnya, akan tetapi reputasi dan kepercayaan akan lebih baik memakai website profesional. Berikut adalah contoh pembuatan website untuk usaha milik Ibu Sudarti yaitu olahan ikan patin “Davita”. Diharapkan pengabdian ini tidak hanya mengeluarkan produk namun juga pembuatan web hingga selesai dan akan didampingi secara berkala.



Gambar 5. Website Olahan Patin Davita

Setelah pemaparan materi dari kelompok pengabdian Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Dimana dalam sesi tanya jawab ini penuh dengan suasana antusias dari peserta. Karena peserta memiliki usaha dan umur yang berbeda-beda, maka permasalahan yang dihadapi pun berbeda-beda. Permasalahan paling berat pada sesi pengabdian masyarakat ini yaitu apabila ada smartphone milik peserta tidak bisa menginstall aplikasi whatsapp web. Solusi yang kami tawarkan adalah membuat semua aplikasi yang ada pada smartphone untuk di update. Selain itu, permasalahan yang paling besar adalah apabila smart phone milik peserta tidak support terhadap aplikasi whatsapp business.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program kegiatan ini merupakan bagian dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan fakultas ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Melalui program pendampingan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi riil dalam branding, serta penjualan produk. Agar terciptanya kesejahteraan perekonomian masyarakat kecil. Hal ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara sosial, ekonomi, kerukunan bermasyarakat dan lingkungan.

5.2 Saran

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilakukan secara rutin dan berkala, baik di lokasi yang sama maupun di lokasi yang berbeda dengan permasalahan serta kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda situasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 213–222. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Hermawan, I., Agustina, Z., Setiadi, D., & Ariawan, W. (2017). Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial dan E-Store dalam Rangka Pengembangan Jaringan Pasar pada UKM Industri Kerajinan Logam di Juwana Kabupaten Pati. *Prosiding Sentrinov (Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif)*, 3, 44–53.
- Pemerintah Kabupaten Pasuruan. (2022). <https://www.pasuruankab.go.id/>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Setiyanti, A. (2022). Penerapan Praktik Diskusi Sarasehan Dengan Pendekatan Community Development. 5(1), 1–16.

LAMPIRAN 1
CURICULUM VITAE TIM PENGABDIAN

IDENTITAS DIRI

Nama : NIHAYATU ASLAMATIS SOLEKAH
NIPT/NIDN : 19801109201608012053/ 2009118001
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Tempat dan Tanggal Lahir : NGANJUK, 09 NOVEMBER 1980
Status Perkawinan : KAWIN
Agama : ISLAM
Golongan / Pangkat : PENATA MUDA TK 1 – III/b
Jabatan Fungsional Akademik : ASISTEN AHLI
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
Alamat : JL. GAJAYANA 50 MALANG
Telp./Faks. : 0341- 551354/0341-572533
Alamat Rumah : JL TELUK PELABUHAN RATU NO 80 RT/RW 004/002 ARJOSARI BLIMBING MALANG
Telp./Faks. : 081334716929
Alamat E-mail : nihayatuaslamatiss@yahoo.co.id / aslamatiss_1@pbs.uin-malang.ac.id
Sinta ID : 6039308
ID Google Scholar : <https://scholar.google.co.id/citations?user=tdTO-MgAAAAJ&hl=en&authuser=1>
Research gate : https://www.researchgate.net/profile/Nihayatu_Solekah
Orchid id : <https://orcid.org/0000-0002-6722-8283>
Repository UIN Malang : <http://repository.uin-malang.ac.id/id/user/1110>
ID Scopus : 57211408849
ID Garuda : 384751
ID Publons : CAG-2047-2022 <https://publons.com/researcher/CAG-2047-2022/>
Id micromentor : <https://www.micromentor.org/member/1118501>

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI

Tahun	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan/
-------	---------	------------------	----------

Lulus			Bidang Studi
2002	S-1	STAIN Malang	Manajemen Syariah
2005	S-2	Universitas Brawijaya	Manajemen
2018	Sedang menempuh S-3	Universitas Airlangga	Ilmu Manajemen

PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Ketua / Anggota Tim	Sumber Dana
2002	Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menabung di Lembaga keuangan Syariah (Studi pada BMT PSU Malang)	Individu	Individu
2007	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Arus Kas Bebas dan aset yang dijaminan terhadap kebijakan deviden pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Jakarta	Individu	Individu
2007	Analisis Faktor Bauran pemasaran, faktor individu dan faktor lingkungan yang mempengaruhi keputusan memilih bank Syariah di kota Malang	Individu	Individu
2014	Pengaruh Gender Dan <i>PERSONALITY</i> Pada Penilaian Pelanggan Terhadap <i>Service Quality</i> Perbankan Syariah	Anggota	LP2M http://repository.uin-malang.ac.id/9963/
2014	Pengaruh Karakteristik <i>Entrepreneurship</i> , Peran Gender, Pekerjaan Orang Tua, DAN Dukungan Akademik Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa	Anggota	DIPA Fakultas

2014	Re-Konstruksi Perilaku Melalui Pembelajaran Karakter Ulul Albab Dalam Rangka Mewujudkan Sumber Daya Manusia Perbankan Syariah Berdaya Saing Global	Anggota	DIPA Fakultas
2014	Program <i>Participatory Action Research</i> (PAR) Pemberdayaan Warga Melalui <i>Baitul Mal Wat Tamwil</i> (BMT) Desa Wonoagung, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang	Anggota	LP2M
2015	Penguatan Kualitas Layanan Laboratorium Manajemen dan Statistika untuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Ketua	DIPA Fakultas
2016	Formulasi <i>El Dinar Finance House</i> Sebagai Pendukung Pembelajaran Di Jurusan Perbankan Syariah (S1)	Ketua	DIPA Fakultas
2016	Penguatan Aspek Manajerial Wakaf Hibah Produktif Yayasan Himmatun Ayat Pondok Pesantren Yatim Indonesia 1 Cabang Metatu Gersik Sebagai Alternatif Pengembangan Pengelolaan Anak Yatim Menuju Pesantren Yatim Yang Mandiri	Anggota	Diktis Kemenag 2016 http://repository.uin-malang.ac.id/9960/
2017	Model Pembiayaan Mikro Pada mahasiswa Berbasis <i>Entrepreneurship</i> (Studi Pada Laboratorium El-Dinar Finance House)	Anggota	DIPA Fakultas
2018	Poduk <i>Green Banking</i> , Citra <i>Green Corporate</i> , Kepuasan <i>Green Customer</i> Dan Loyallitas <i>Green Customer</i> Perbankan Syariah	Ketua	DIPA Universitas http://repository.uin-malang.ac.id/9951/
2019	Investigasi hubungan <i>Green Marketing Tools</i> , <i>Religiusitas</i> ,	Ketua	DIPA Universitas http://repository.uin-

	<i>Environmental Attitude dan Green Purchase Behaviour</i> pada Generasi Milenial		malang.ac.id/9952/
2019	Penguatan Aspek Entreprenural Koperasi Pesantren sebagai alternative pengembangan Mahasantri Yang Mandiri Pada LTPLM Ketawanggede Kec Lowokwaru Kota Malang	Ketua	DIPA Universitas http://repository.uin-malang.ac.id/9959/
2020	Investigasi Religious Value Terhadap Green Purchase Attitude Dan Green Purchase Intention (Studi Empiris Milenial Muslim)	Ketua	DIPA Universitas
2020	Pembentukan Kader Kesehatan Amanah (Antisipatif Melawan Corona Dan Wabah) Dengan Metode Blended Learning Berbasis Teknologi Informasi	Anggota	DIPA Universitas
2021	Anteseden Green Behaviour Consumer of Reducing Plastic Bag Use (Pendekatan Theory Of Planned Behavior dan Theory Of Interpersonal Behavior)	Ketua	DIPA Universitas
2022	Prediksi Perubahan Sikap Dan Perilaku Pengurangan Sampah Pekerja Wanita Dirumah Dan Ditempat Kerja (pendekatan TPB, VBN Dan Contextual Consistency)	Ketua	DIPA Universitas
2022	Model Environmentally Sustainable Behavior Pada Muslim Friendly Tourism	Anggota	Pendanaan Penelitian Program Kompetitif Nasional dan Penugasan di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022

			Kemdikbudristek
--	--	--	-----------------

KARYA ILMIAH

A. Buku/Bab Buku/Jurnal

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2013	Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk menabung di Lembaga Keuangan Syariah	Jurnal El Dinar Volume 1 Nomor 1 hl 85-99 Januari 2013 ISSN 2339-2797 UIN press http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/2518 http://dx.doi.org/10.18860/ed.v1i01.2518 http://repository.uin-malang.ac.id/6270/
2013	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Institusional, Arus Kas Bebas dan Aset Yang Dijaminkan terhadap kebijakan Deviden Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI	Jurnal Iqtishoduna Volume 9, Nomor 2 ISSN 1829-524X tahun 2013 http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/3565 http://dx.doi.org/10.18860/iq.v9i2.3565 http://repository.uin-malang.ac.id/1901/
2015	Pengaruh Karakteristik <i>Entrepreneurship</i> , Peran Gender, Pekerjaan Orang Tua, DAN Dukungan Akademik Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa	Jurnal Iqtishoduna Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 11 Nomor 1 Tahun 2015 ISSN : 1829-524X, http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/3698 http://dx.doi.org/10.18860/iq.v1i1.3698 http://repository.uin-malang.ac.id/6525/
2015	Re-Konstruksi Perilaku Melalui Pembelajaran	Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran "Rekonstruksi

	Karakter Ulul Albab Dalam Rangka Mewujudkan Sumber Daya Manusia Perbankan Syariah Berdaya Saing Global	Kurikulum dan Pembelajaran di Indonesia” Volume 1 No 1 Tahun 2015 ISSN :2443-1923 http://repository.uin-malang.ac.id/7724/
2015	The Effect of Green Marketing to the Preference of Islamic Banking Customers Through Marketing Mix	Prosiding International Conference on Islamic Economics and Business Stengthening Islamic Economis in Facing AEC 2015 (P:25) ISSN2476-9851 http://repository.uin-malang.ac.id/7221/
2016	Penguatan Kualitas Layanan Laboratorium Manajemen dan Statistika untuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran Volume 2 No 1 Tahun 2016 “Rekonstruksi Kurikulum dan Pembelajaran di Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean” ISSN :2443-1923 http://repository.uin-malang.ac.id/7183/
2016	Formulasi <i>EI Dinar Finance House</i> Sebagai Pendukung Pembelajaran Di Jurusan Perbankan Syariah (S1)	Prosiding the Fourth International Coference on Islamic Economics and Business “Build The Society Awarness And Culture In Strengthening Islamic Economics And Business” 2016 (P:32) ISSN2476-9851 http://repository.uin-malang.ac.id/7223/
2016	Analisis Model Pengelolaan Zakat Dan Wakaf (Studi Yayasan Yatim Mandiri Cabang Malang)	EI Dinar Volume 4 Nomor 2 hl 142-160 Juli 2016 ISSN 2339-27 97 UIN press http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/5459 http://dx.doi.org/10.18860/ed.v4i2.5459 http://repository.uin-malang.ac.id/5073/
2017	Penguatan Pengelolaan Ternak Wakaf Hibah Produktif Melalui Fermentasi Pakan Ternak Sebagai Alternatif Pemberdayaan Santri Menuju Pesantren Yatim Yang Mandiri	Engagement Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume 1 Nomor 2 November 2017 ISSN 2579-8375(Print) 2579-8391(Online) http://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/13

		https://doi.org/10.29062/engagement.v1i2.13 http://repository.uin-malang.ac.id/6527/
2018	Strategic Marketing for Waste Bank in Malang	Prosiding International Conference on Islamic Economics and Business Stengthening Islamic Economis in Facing AEC 2018 (P: 19) ISSN2476-9851 http://repository.uin-malang.ac.id/7272/
2018	Analisis Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung dengan <i>Brand Equity</i> Sebagai Variabel Mediasi	Jurnal Iqtishoduna Volume 14 Nomor 2 Tahun 2018 ISSN : 1829-524X http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/4961 http://dx.doi.org/10.18860/iq.v14i2.4961 http://repository.uin-malang.ac.id/6529/
2018	Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Musyarakah Melalui Kredit Bermasalah Terhadap Likuiditas Bank Umum Syariah	El Dinar Volume 6 Nomor 1 2018 : E ISSN:2622-0083 http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/5450 http://dx.doi.org/10.18860/ed.v6i1.5450 http://repository.uin-malang.ac.id/6530/
2018	Model Pembiayaan Mikro Pada Mahasiswa Berbasis Entrepreneurship (Studi Pada laboratorium El-Dinar Finance House)	Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper Manajemen, Akuntansi & Perbankan 2018 Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang P-ISSN : 2622-1136 (P 59) http://repository.uin-malang.ac.id/7187/
2018	Customer Relationship Management On Hajj Saving At Syariah Banking	Kaav International Journal Of Economics, Commerce & Business Management : A Rerefed Blind Peer Review Quarterly Journal KIJECEBM/Oct-Dec (2018)/Vol-5/ISS-4/A14Page No.93-98 ISSN:2348-969 www.KaavPublications.Org http://www.kaavpublications.org/abstracts/customer-relationship-management-on-hajj-saving-at-sharia-banking

		http://repository.uin-malang.ac.id/4412/
2019	The effect of green banking product and green corporate image on green customer loyalty mediated by green customers satisfaction in Syariah banking	MEC-J (Vol 3, Issue 1, 04-2019) : E ISSN 2598-9537, <u>http://dx.doi.org/10.18860/mec-j.v0i2.5837</u> http://repository.uin-malang.ac.id/6533/ http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/mec/article/view/5837
2019	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Syariah	El Dinar Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah Volume 7 Nomor 2 2019 : E ISSN:2622-0083 http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/6570 http://dx.doi.org/10.18860/ed.v7i2.6570 http://repository.uin-malang.ac.id/6536/
2019	<i>New Wave Marketing</i> Untuk Perbankan Syariah Pendekatan Kualitatif Pada PT. Bank BRI Syariah Tbk KC Malang	Prosiding Seminar Nasional Sustainable Business (SNSB 2019) ISBN: 978-623-92696-0-9 http://repository.uin-malang.ac.id/7179/
2020	Implementasi Transaksi Non Tunai Pada Taman Rekreasi Seleka Kota Batu Jawa Timur	EKUITAS : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Akreditasi No. 32a/E/KPT/2017 Volume 4 Nomor 1 2020 p-ISSN 2548 – 298X e-ISSN 2548 – 5024 https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/view/111 DOI: http://dx.doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i1.111 http://repository.uin-malang.ac.id/6537/ (Sinta 2)
2020	Green marketing tools, supply chain, religiosity, environmental attitude and green purchase behavior	International Journal of Supply Chain Management (IJSCM) [ISSN 2050-7399 (Online), 2051-3771 (Print)] 30th August-2020 (Volume 9, No. 4).

		https://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/article/view/5265/2595 http://repository.uin-malang.ac.id/6758/
2020	Mencapai Sustainability Koperasi Pesantren melalui Jiwa Entrepreneurship pada Mahasantri Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang	<p>Engagement Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2020 ISSN 2579-8375(Print) 2579-8391(Online)</p> <p>http://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/98</p> <p>https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.98</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/6411/</p> <p>(Sinta 3)</p>
2020	Green Marketing Tools, Religiosity, Environmental Attitude And Green Purchase Behaviour Among Millenials Generation	<p>MEC J Management and Economic Journal, ISSN Print 2599-3402, ISSN Online 2598-9537</p> <p>Vol 4, No 3 (2020) halaman 233-252</p> <p>Desember 2020</p> <p>http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/mec/article/view/8203</p> <p>doi : http://dx.doi.org/10.18860/mec-j.v4i3.8203</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/7847/</p>
2020	Anteseden Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang	<p>MAULIDINA, Ivada Hedi; SOLEKAH, Nihayatu Aslamatis. Anteseden Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang. Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah, [S.I.], v. 8, n. 2, p. 235-254, nov. 2020. ISSN 2502-8316. Available at:</p> <p>https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/author/submission/8193</p> <p>Date accessed: 15 nov. 2020.</p> <p>doi:http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8193.</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/7094/</p> <p>(Sinta 2)</p>

2021	Factors that Influence to Intention to Use Electronic Money by UTAUT Model Approach	<p>Proceedings</p> <p>International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS 2020)</p> <p>Part of series</p> <p>Advances in Social Science, Education and Humanities Research</p> <p>Publication Date</p> <p>22 April 2021</p> <p>ISBN 978-94-6239-368-4</p> <p>ISSN 2352-5398</p> <p>https://download.atlantispress.com/proceedings/iconetos-20/125955748</p> <p>https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.210421.103</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/8200/</p>
2020	Perilaku Ramah Lingkungan Pada Wisata Halal	<p>Proceeding The 8th Management Breakthrough and Doctoral Journey 2020 diselenggarakan APDMI ISBN:978-602-53554-1-7</p> <p>https://apdmi.id/wp-content/uploads/2020/10/MBDJ-APDMI-2020_0015.pdf</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/8319/</p>
2021	Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation)	<p>Al Tijari Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam P-ISSN: 2460-9404; E-ISSN: 2460-9412 2021, Vol. 6, No. 2, Hal. 97 –111 Published Juni 2021 (Sinta 3)</p> <p>https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/altijary/article/view/2669</p> <p>https://doi.org/10.21093/at.v6i2.2669</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/9016/</p>
2021	How The Customer Trust and Customer Satisfaction	<p>Al Tijarah UNIDA Gontor (16 November</p>

	Mediate Brand Image And Service Quality on Customer Loyalty in Islamic Microfinance Institutions	2021) In review Accepted Al Tijarah: Vol. 7 No. 2, December 2021 (103-114) p-ISSN: 2460-4089 e-ISSN: 2528-2948 https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/al_tijarah/article/view/6881 http://dx.doi.org/10.21111/tijarah.v7i2.6881 http://repository.uin-malang.ac.id/11275/
2021	Pembentukan Kader Kesehatan Amanah Sebagai Antisipatif Melawan Wabah dan Covid-19 dengan Menggunakan Metode Blended Learning Berbasis Teknologi Informasi	Setiawan, A. M., Kusuma, Y. I., & Solekah, N. A. (2021). Pembentukan Kader Kesehatan Amanah Sebagai Antisipatif Melawan Wabah dan Covid-19 dengan Menggunakan Metode Blended Learning Berbasis Teknologi Informasi. <i>Community Empowerment</i> . https://doi.org/10.31603/ce.4435 Community Empowerment p-ISSN: 2614-4964 e-ISSN: 2621-4024 (Sinta 4) Volume 6 No 4 (2021), Production 25 April 2021 hal 635-640 https://journal.unimma.ac.id/index.php/ce/article/view/4435 https://doi.org/10.31603/ce.4435 http://repository.uin-malang.ac.id/8236/
2021	Penguatan Perilaku Sehat Masyarakat Desa Bokor Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang Melalui Sosialisasi Pemilahan Sampah Rumah Tangga	JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia) Vol. 2, No. 2, Mei 2021, Hal. 153-162 e-ISSN: 2721-026X DOI: http://dx.doi.org/10.36596/jpkmi.v2i2.158 http://icsejournal.com/index.php/JPKMI/article/view/158 http://repository.uin-malang.ac.id/8298/
2021	Organizational Commitment as Mediating Variable of Employee Job Satisfaction Toward Turnover Intentions	INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesi Volume 04, Nomor 02, Maret 2021 Hal 152-161 (Sinta 5) eISSN Online 2614-0462 https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-

		inobis/article/view/174 https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.174 http://repository.uin-malang.ac.id/8271/
2021	Anteseden Loyalitas Nasabah : Islamic Branding, Kualitas Layanan dan Kepercayaan	<p>Solekah, N. A. (2021). Anteseden Loyalitas Nasabah : Islamic Branding, Kualitas Layanan dan Kepercayaan. JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 6(2). (published 26 Oktober 2021)</p> <p>https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i2.15770</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/9950/</p> <p>https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/15770</p>
2021	Determinasi Kepuasan Nasabah <i>Elektronik Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (pendekatan <i>E Service Quality</i>)	<p>Widyagama National Conference on Economics and Business 2021</p> <p>http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3175</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/9758/</p>
2022	The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust	<p>IQTISHODUNA Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Submit 13 Juli 2021)_ In review_ Published 30 April 2022</p> <p>https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/12916</p> <p>https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.12916</p> <p>http://repository.uin-malang.ac.id/10604/</p>
2022	Millennials' Deals with Plastic: The Effect of Natural Environmental Orientation, Environmental Knowledge, and Environmental Concern on Willingness to Reduce Plastic Waste	<p>Journal Of Consumer Science In Review (submit 10 Januari 2022) Awaiting recommendation from editor</p> <p>Accepted 12 Agustus 2022</p> <p>https://journal.ipb.ac.id/index.php/jcs/article/view/39427</p> <p>https://doi.org/10.29244/jcs.7.2.115-133</p>
2022	Analisis Religios Value terhadap Green Purchase	<p>INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesi</p>

	Attitude dan Green Purchase Intention : Studi Empiris pada Generasi Milenial Muslim	Volume 05, Nomor 02, 149-161 31 Maret 2022 Hal (Sinta 5) https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i2.220 https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/220 http://repository.uin-malang.ac.id/10662/
2022	Optimalisasi Penyaluran Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Baznas Kota Pasuruan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Mustahik	JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam) (Sinta3) Submit 9 Mei 2022 Revision Required 3 Juni 2022 Accepted 6 Juni 2022, Published Juli 2022 Volume 8 No 2 Tahun 2022 Hlm 1196-1204 http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5287 http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5287 http://repository.uin-malang.ac.id/11143/
2022	Prediksi Perbedaan Perilaku Pengurangan Sampah Dosen Wanita Yang Menggunakan dan Tidak Menggunakan Asisten Rumah Tangga	Egalita: Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender, sinta 4 submit 23 April 2022 In review, accepted 30 Mei 2022 in editing Published Juni 2022 Volume 17 Nomor 1 2022 : 35-51 https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/egalita/article/view/15909 https://doi.org/10.18860/egalita.v17i1.15909 http://repository.uin-malang.ac.id/10844/
2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)	Jurnal Masharif Al Syariah LoA Accepted Volume 7 No 4 Tahun 2022 Agil Nurcahyo & Nihayatu Aslamatis Solekah

2022	Anteseden Motivasi Minat Mahasiswa Menjadi Entrepreneur	JRE : Jurnal Riset Entrepreneurship Submit 3 Juni 2022 Loa terbit volume 5 nomor 2 Agustus 2022 Review
2022	How Attitude Toward behavior, Perceived Behavioral Control, Personal Norm, Pro-environmental Identity affect Waste Reduction Behavior of Women Workers	ICONIES 2022_Accepted minor revision
2022	DIFFERENCES OF ATTITUDE AND BEHAVIOR REDUCTION OF WOMEN WORKERS' WASTE AT HOME AND WORK	<i>International Conference and Visiting Scholars 2022</i>
2022	A study of Zillennials Consumer Green Behavior in Reducing Plastic Bag Use through the theory of planned and interpersonal behavior	International Journal of Economics and Management

HAKI

2021	Anteseden green behavior consumer of reducing plastic bag use (pendekatan theory of planned behavior dan theory of interpersonal behavior)	http://repository.uin-malang.ac.id/9964/
2019	Mewujudkan SDM perbankan syariah unggul melalui gagasan kurikulum berbasis karakter Ulul Albab	http://repository.uin-malang.ac.id/4851/

KEGIATAN PROFESIONAL/PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahun	Jenis>Nama Kegiatan	Tempat
-------	---------------------	--------

2010	Menjadi Penceramah dalam halaqoh rutin LTPLM dengan tema "Public Relation dalam Islam"	LTPLM Malang
2010	Menjadi Penceramah dalam halaqoh rutin LTPLM dengan tema "Hikmah Poligami"	LTPLM Malang
2010	Menjadi penceramah dalam halaqoh rutin LTPLM dengan tema "Posisi Agama ditengah-tengah kemajuan teknologi dan budaya"	LTPLM Malang
2011	Trainer pelatihan pemberdayaan UKM Kelompok V desa Kepuharjo Kab Malang	Desa Kepuharjo
2013	Narasumber Pelatihan kewirausahaan Pedagang kecil Mlijo Desa Kepuharjo karangploso, Kab Malang	Desa Kepuharjo
2014	Pembicara Ikatan istri dan Karyawan AUTO 2000 Sukun	ISKA Auto 2000
2014	Narasumber Program Kuliah kerja Mahasiswa (KKM) Tematik Posdaya Berbasis Masjid Tahun 2014	Masjid Baitul Malik Kelurahan Cepoko dan Masjid Al Ikhlas Desa Dilem Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang
2015	Narasumber pada Rintisan BMT di Masjid Istiqomah Desa Telogowaru Kecamatan Kedungkandang	Kecamatan Kedungkandang
2016	Narasumber pada Sosialisasi Ekonomi Syariah Se-Malang Raya	MA Annur Bululawang
2016	Narasumber Program Kuliah kerja Mahasiswa (KKM) Tematik Posdaya Berbasis Masjid Tahun 2016	Masjid Miftakhul Anwar Desa Argotirto dan Masjid Al Hidayah Dusun Tlogosari Desa Sumbemanjing Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang http://repository.uin-malang.ac.id/9962/

2016	Narasumber Penguatan Pengelolaan Ternak Wakaf Hibah Produktif	Yayasan Himmatun Ayat Cabang Metatu Gersik
2016	Narasumber Islamic Bank In Action	MA Salafiyah Syafi'iyah Tebuireng Jombang
2017	Narasumber How to be Young Entrepreneur melihat peluang jadi uang	MA Al Ma'arif Singosari kabupaten Malang
2017	Narasumber Program KKM Tematik posdaya berbasis Masjid tahun 2017	Masjid Al Ijabah Jalan Raya Bocek RT 03 RW 01 Dusun Krajan Desa Bocek dan Masjid Jabal Rohmah Dsn. Supiturang, Desa Bocek RT 02 RW 12 Kecamatan Karangploso Kab Malang
2018	Narasumber Pengabdian FE "Penguatan Potensi Kampung Sanan Sebagai Destinasi Wisata Pengrajin Tempe melalui Web Di Sanan Kota malang"	Yayasan At taufiq Sanan Kota Malang
2019	KKM 2019 "Urgensi Penguatan Pemahaman Masyarakat Terhadap Pola Hidup Sehat Melalui Sosialisasi Pemilahan Sampah Rumah Tangga"	Desa Bokor Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
2019	Nara sumber UIN Mengabdikan Penguatan Aspek Entrepreneurial Koperasi Pesantren Sebagai Alternatif Pengembangan Mahasantri Yang Mandiri Pada LTPLM Ketawanggede Kec Lowokwaru Kota Malang	Kelurahan Ketawanggede Kec Lowokwaru Kota Malang
2019	FE Mengabdikan "Pengembangan Ekonomi Kreatif menghadapi era 4.0"	Koperasi Sinar Surya Kota Batu Malang http://repository.uin-malang.ac.id/10351/

2020	KKM 2020 “Penguatan branding dan packadging produk industri rumahan gatot dan tiwul instan melalui sosial media di Desa Pagak Kecamatan Pagak”	Desa Pagak Kecamatan Pagak Kabupaten Malang http://repository.uin-malang.ac.id/11381/
2021	KKM 2021 “Pemanfaatan potensi sumberdaya melalui pembuatan rempeyek daun beluntas sebagai gerakan sehat dan mandiri ekonomi”	Dusun Brau Desa Gunungsari Kecamatan Beji Kota Batu http://repository.uin-malang.ac.id/11382/
2021	Sinergi Mengembangkan ekonomi berbasis pesantren dengan membangun wirausaha di pondok pesantren Al Bisri Mamba’ul Ma’arif Denanyar Kabupaten Jombang	Pondok Pesantren Al Bisri Mamba’ul Ma’arif Denanyar Kabupaten Jombang
2022	Pengabdian Masyarakat FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kab.Pasuruan “Penguatan Komunitas Menuju UMKM Tangguh”	Olahan Ikan Patin “Dua Putri” Ngerong RT 05 RW 02 Ngerong, Gempol, Pasuruan

JABATAN DALAM PENGELOLAAN INSTITUSI

Peran/Jabatan	Institusi(Univ,Fak,Jurusan,Lab,studio, Manajemen Sistem Informasi Akademik dll)	Tahun ... s.d. ...
Bagian keuangan Bisnis centre UIN Maliki malang	Business Centre KPRI UIN Malang	2004-2009
Staf Jurusan Perbankan Syariah	Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	2013-2015
Anggota Pengelola Laboratorium Manajemen dan Statistik	Laboratorium Manajemen dan Statistik Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	28 sep 2015 – 31 Des 2015
Anggota Pengelola Laboratorium Kewirausahaan dan	Laboratorium Kewirausahaan dan Pengembangan Karier Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Januari 2016 - 4 Oktober

Pengembangan Karir		2017
Ketua Unit Magang/PKLI	Laboratorium Kewirausahaan dan Pengembangan Karier Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	5 Oktober 2017- Sekarang

PENGHARGAAN/PIAGAM

Tahun	Bentuk Penghargaan	Pemberi
2002	Lulusan terbaik STAIN Malang	Ketua STAIN Malang
2020	Best Presenter pada ICONETOS 2020	LP2M UIN Malang

ORGANISASI PROFESI/ILMIAH

Tahun	Organisasi	Jabatan / Jenjang Keanggotaan
2002	IKA FE UIN Maliki Malang	Anggota
2007	IKA Universitas Brawijaya	Anggota
2005	Ikatan Ahlul Ma'had Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang	Anggota
1998	IKA PPAI Annahdliyah Malang	Anggota
2020-2022	FMI	Anggota
2020-2022	AACIM	Anggota
2022-2024	APSKPS	Anggota

Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam Curriculum Vitae ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Dosen Ybs

Nihayatu Aslamatis Solekah SE.MM.

NIDT 19801109201608012053

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

PERSONAL



- Nama : Tiara Juliana Jaya, M.Si
- NIP : 19920708 201903 2 020
- Pangkat/Gol. Ruang : III b
- Jabatan : Asisten Ahli
- Unit Organisasi : Fakultas Ekonomi UIN Malang
- Telp/HP : 082282986676
- Email : tiarajulianajaya@uin-malang.ac.id

PENDIDIKAN FORMAL

Tahun	Jenjang / Program Studi / Institusi
2010-2014	S1 Ekonomi Syariah (IAIN Metro Lampung)
2016-2018	S2 Ilmu Ekonomi (Universitas Negeri Lampung)

PENGALAMAN KERJA

Tahun	Jabatan / Bidang Pekerjaan
2014-2018	Associate Relationship Manager Kecil PT. BRI, Tbk
2019-sekarang	Dosen Ilmu Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

JABATAN DALAM PENGELOLAAN INSTITUSI

Tahun	Jabatan	Institusi
2019-Sekarang	Unit Penjamin Mutu Program Studi Perbankan Syariah	Fakultas Ekonomi UIN Malang

PENELITIAN DAN ARTIKEL LAINYANG DITERBITKAN

Tahun	Judul Penelitian
2018	Analisis Pengaruh Kredit Usaha Rakyat Terhadap Nilai Produksi Usaha Mikro Kecil Di Kota Metro (Diterbitkan di Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol 7 (3); Publisher Fakultas Ekonomi Universitas Lampung)
2020	Peran Divisi Internal Control pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Diterbitkan di Jurnal Akuntansi Aktual Vol 7 (22); Publisher Universitas Negeri Malang)
2020	Branding Perbankan Syariah Melalui Produk-Produk Pendanaan (Diterbitkan di Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah Vol 6 (1); Publisher Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri)
2020	The Effect Of Marketing Mix On Customer's Decision To Save On PT. Bank Muamalat Kendari Branch (Diterbitkan di At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah Vol 8 (2); Publisher Sekolah Tinggi Agama Islam At-Tahdz)

- 2021 Strategies For Determining Sharia Insurance Target Market
(Diterbitkan Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 7 (1), 90-95;
Publisher Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat ITB AAS
Indonesia Surakarta.
- 2021 Pengaruh Pembiayaan Syariah dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Terhadap
Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Aceh: Analisis Data Panel
(Diterbitkan di Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 7 (3), 1409-1415;
Publisher Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat ITB AAS
Indonesia Surakarta.
- 2021 The role of Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance and Maqashid
Syariah Index on firm value with firm size as moderation variable
(Diterbitkan di <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iconetos>)
Publisher Atlantis Press
- 2021 The Effects Pandemic Covid-19 on Indonesia Foreign Trade
(Diterbitkan di Jurnal Ekonomi Jilid 26 (2), 267-279)
Publisher Universitas Trauma Negara

IDENTITAS DIRI

Nama : Guntur Kusuma Wardana
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat dan Tanggal Lahir : Banyuwangi, 15 Juni 1990
Status Perkawinan : Kawin
Agama : Islam
Pekerjaan : Dosen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Alamat : Jl Gajayana 50 Malang
Telp./Faks. : 551354/572533
Alamat Rumah : Dsn. Maduran RT. 002/001, Rogojampi -
Banyuwangi
Telp./Faks. : 085334804737
E-mail : guntur@uin-malang.ac.id

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI

Tahun Masuk	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan/ Bidang Studi
2008	S1	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Manajemen
2013	S2	Universitas Jember	Manajemen

PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Jabatan	Sumber Dana
2021	The effect of financial performance and dividend policy on cumulative abnormal return	Anggota	DIPA UIN Malang

KARYA TULIS ILMIAH

Buku /Jurnal

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2015	Pengaruh kinerja keuangan keuangan terhadap return saham pada perusahaan kelompok Jakarta Islamic Index	Iqtishoduna
2018	Modul Laboratorium Perbankan II UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	
2021	The effect of financial performance and dividend policy on cumulative abnormal return	El Dinar
2021	Implementasi Pengelolaan Dana Wakaf Uang di Baitul Mal wat Tamwil (BMT) Mandiri Sejahtera	Filantropi

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Eka Wahyu Hestya Budianto
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 08 Agustus 1989
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status Perkawinan : Kawin
Agama : Islam
Pekerjaan : Dosen Tetap PNS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Alamat Sekarang : Grand Joyo Agung Regency, No. 14, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
No HP : +62 823-3211-1640
Email : wahyu.ala@uin-malang.ac.id
Facebook : Wahyu Hestya
Instagram : wahyu_682



DATA PENDIDIKAN

Tahun	Jenjang	Nama Sekolah	Alamat
1995 - 2001	SD	SD Negeri 1 Panti	Jember
2001 - 2004	SMP	SMP Negeri 1 Jember	Jember
2004 - 2008	SMA	Pondok Modern Darussalam Gontor	Ponorogo
2010 - 2015	S1	Al Azhar University (Syariah Islamiyyah)	Kairo, Mesir
2016 - 2018	S2	Universitas Indonesia (Ekonomi & Keuangan Syariah)	Jakarta

DATA PEKERJAAN

Tahun	Jabatan	Alamat
2011 - 2014	Staff Wisma Nusantara	Kairo, Mesir
2013 - 2014	Direktur Baitul Mal & Tamwil (BMT) Pakeis	Kairo, Mesir
2016 - sekarang	Penerjemah Acara World Zakat Forum (WZF)	Jakarta
2018 - sekarang	Tim Penulis Pusat Studi & Kajian Turats Islami (PSKTI-BSI)	Malang
2020 – sekarang	Dosen Tetap PNS, Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Malang

DATA ORGANISASI

Tahun	Jabatan	Alamat
2010 - 2011	Sekretaris IKPM (Ikatan Keluarga Pondok Modern)	Kairo, Mesir
2012 - 2014	Majelis Penelitian & Pengembangan PMIK (Perpustakaan Mahasiswa Indonesia Kairo)	Kairo, Mesir
2013 - 2014	Bendahara Umum PPMI (Persatuan Pelajar dan Mahasiswa Indonesia)	Kairo, Mesir
2018 - sekarang	Direktur Bait Syariah Indonesia (BSI)	Malang

DATA PUBLIKASI ILMIAH (JURNAL/BUKU/PROSEDING)

Tahun Terbit	Jenis	Judul	Penerbit
2019	Buku	Buku Trilogi Ilmu Alat Bahasa Arab Juz 1: Nahwu, Sharaf, I'rab & TOAFL	PSKTI-BSI
2019	Buku	Buku Trilogi Ilmu Alat Bahasa Arab Juz 2 : Balaghah (Ma'ani, Bayan & Badi')	PSKTI-BSI
2019	Buku	Buku Trilogi Ilmu Alat Bahasa Arab Juz 3 : Mantiq Menurut Arab & Islam	PSKTI-BSI
2019	Buku	Buku Ensiklopedi Tematis Fikih & Hadis Ahkam Juz 2/4 : Kitab Ibadah (Bab Zakat & Sedekah Sunnah)	PSKTI-BSI
2022	Jurnal	Pemetaan Penelitian Akad Mudharabah Pada Lembaga Keuangan Syariah: Studi Bibliometrik Vosviewer dan Literature Review	J-EBIS (Journal of Islamic Economic and Business), 2540-8100 (online) 2502-1397 (print), Vol. 7, No. 1
2022	Jurnal	Pemetaan Penelitian Seputar Akad Musyarakah Pada Lembaga Keuangan Syariah: Studi Bibliometrik Vosviewer dan Literature Review	JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 2503-1872 (online) 2089-3566 (print), Vol 12, No. 1

DATA SEMINAR DALAM & LUAR NEGERI

Tahun	Seminar	Penyelenggara	Lokasi
2015	Seminar Penelitian Pemikiran Ateisme	The World Association For Al-Azhar Graduates	Kairo, Mesir
2016	Seminar Nasional Zakat	Puskas BAZNAS & PENS FEB UI	Jakarta
2016	Seminar Optimalisasi Kemanfaatan Aset Wakaf Produktif Nasional	MES Pusat, IDX Jakarta & BNI Syariah	Jakarta
2016	Seminar Pemanfaatan Instrumen Pasar Modal Syariah Sebagai Pendukung Pembangunan Infrastruktur Indonesia	MES Pusat, IDX Jakarta & BNI Syariah	Jakarta
2019	Seminar Aman Transaksinya Syariah Pembiayaannya	MES Jawa Timur & Adira Syariah Finance	Surabaya



Kurniawati Meylianingrum, Lc., M.E.

Dosen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Personal

Tempat/Tanggal Lahir :
Klaten, 02 May 1992
NIP : 19920502 201903 2 029
Pangkat / GoL Ruang : III b
Jabatan : Asisten Ahli
Unit Organisasi :
Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi UIN Malang
Email :
meylianingrum@uin-malang.ac.id

Organisasi

1. Bendahara PPI (Perhimpunan Pelajar Indonesia) Maroko Periode 2012-2013
2. Bendahara PCINU (Pengurus Cabang Istimewa Nahdliatul Ulama) Periode 2012-2013 dan 2013-2014
3. Panitia Seas Games Mahasiswa Negara ASEAN Tahun 2014
4. Bagian HUMAS (Hubungan Masyarakat) OPPK (Organisasi Pelajar Program Keagamaan) MAPK MAN 1 Surakarta
5. Delegasi KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) Rabat dalam festival kebudayaan Indonesia di Maroko

Pendidikan

Universitas Ibn Tofail, Kenitra, Maroko

2011 - 2015 | S1 Islamic Studies
Konsentrasi Fiqh Muamalah

UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

2015 - 2017 | S2 Hukum Islam
Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah

Pekerjaan

UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang

Fakultas Ekonomi
Dosen Keuangan dan Perbankan Syariah

Editor Journal Maliki Islamic Economics (M-IEC)

Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Reviewer Journal of Islamic Economics & Business

Fakultas Ekonomi UIN Raden Fatah

Penelitian

2020 Islamic bank financing: finding the spatial effect and influencing factors from an archipelagic Indonesia (Diterbitkan di International Journal of Economic Policy in Emerging Economies 13 (1), 36-51)

2020 Peran Divisi Internal Control pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Diterbitkan di Jurnal Akuntansi Aktual Vol 7 (22); Publisher Universitas Negeri Malang)

2020 Wakif preferences in selecting cash waqf: A case of Badan Wakaf Indonesia at Yogyakarta city (Diterbitkan di Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam 5 (01), 85-100)

2020 Pemahaman mahasiswa perbankan syariah terhadap job career di lembaga keuangan syariah non bank (Diterbitkan di Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam

LAMPIRAN II
SURAT TUGAS TIM PENGABDIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon. (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT TUGAS

Nomor :2096/F.Ek/KP.01.4/08/2022

Menimbang kegiatan : Pengabdian Masyarakat Dosen Fakultas Ekonomi

Dasar : 1. Disposisi Pimpinan Tanggal 08 Agustus 2022.
2. DIPA Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang nomor :
025.04.2.423812/2022 Tanggal 17 November 2021.

Memberikan Tugas:

NO	NAMA/NIP/NIPT	PANGKAT/GOLONGAN	JABATAN
1	Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM/ 19801109 20160801 2 053	Penata Muda Tk. I - III/b	Asisten Ahli
2	Tiara Juliana Jaya, M.Si/ 199207082019032020	Penata Muda Tk.I - III/b	Asisten Ahli
3	Guntur Kusuma Wardana, MM/ 19900615 20180201 1 194	Penata Muda Tk.I - III/b	Asisten Ahli
4	Eka Wahyu Hetya Budianto, M.Si/ 198908082020121002	Penata Muda Tk.I - III/b	Asisten Ahli
5	Kurniawati Meylianingrum, M.E/ 199205022019032029	Penata Muda Tk.I - III/b	Asisten Ahli

Sebagai : Narasumber Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan tema "Digitalisasi Branding, Pemasaran dan Penjualan", di Dua Putri Olahan Ikan Patin Ngerong RT 05 RW 02 Ngerong Gempol Pasuruan, Jawa Timur. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari Selasa, 16 Agustus 2022

Selesai menyelesaikan tugas, segera menyampaikan laporan kepada pemberi tugas.

Malang, 08 Agustus 2022



Tembusan disampaikan kepada Yth:
1. Para wakil Dekan sebagai Laporan;
2. Sub Koordinator Bag. Umum Fakultas;
3. Arsip

LAMPIRAN III
DAFTAR HADIR



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang, Telepon/ Faksimile (0341) 558881

DAFTAR HADIR

Hari/Tanggal :
Agenda/Tema :
Tempat :

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	sudarti	1
2	Ika Rahayu	2
3	Ski Utami	3
4	MUTARODHA	4
5	KURNIAWATI	5
6	Shie Nur Lailiyah	6
7	Juarnanik Ningsih	7
8	kumrotin	8
9	Ami Proo	9
10	Septina Ika Wati	10
11	NIEMAH HARI ASTUTIK	11
12	SENADI	12
13	HANIDA BUNYANI	13
14	Hera Prastya	14
15	Ato'illah	15
16	Saiful anam	16
17	Hana S	17
18	Muprihan	18
19	Yuli Sujarwan	19
20	ARIS DURTAYATI	20
21	MAIMUNAH	21
22	MAS UFAH	22
23	Sri Wiliseng	23
24	Eta Wahyu	24
25	Svetur Kwo	25

Penanggung Jawab,

LAMPIRAN IV
FOTO-FOTO KEGIATAN



LAMPIRAN V
MATERI PENGABDIAN



Penguatan Komunitas Menuju UKM Tangguh

Digital Marketing

- Kelompok 6
1. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE.,MM
 2. Tiara Juliana Jaya, M.Si
 3. Guntur Kusuma, MM
 4. Eka Wahyu Hesty, M.Si
 5. Kurniawati Meylianingrum, ME



Kampus Merdeka
INOVASI BELAJAR

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penguatan Komunitas Menuju UMKM Tangguh

Keljasama Antara
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
DINAS KOPERASI, USAHA KECIK & MENENGAH KABUPATEN PADJARAN

PELAKSANAAN

Hari, Tanggal Menyesuaikan*	Pukul Menyesuaikan*	Tempat Menyesuaikan*
--------------------------------	------------------------	-------------------------

Facilitator
Mentoring

Instagram: @uissu-ppm



Apa itu Digital Marketing?

Digital marketing merupakan salah satu metode promosi tentang suatu produk atau jasa dengan menggunakan media digital (media elektronik).



Kenapa Penggunaan Digital Marketing Penting?

- | | | |
|--|---|--|
| 01
Meningkatkan hasil penjualan dan keuntungan | 02
Menghemat dana, waktu, dan energi yang sedianya dipakai untuk promosi secara tradisional | 03
Menjangkau market dan konsumen dengan jangkauan yang lebih luas |
| 04
Menjadi penghubung antara penjual dan customer secara lebih mudah | 05
Meningkatkan Return on Investment | 06
Meningkatkan daya saing bisnis |

Apa saja Contoh Sosial Media Marketing



Facebook



Instagram



Whatsapp

Komponen penting dalam media sosial marketing?



Fokus Pada Sasaran



Menggabungkan Banyak Platform





Aktif Dalam Berinteraksi



Bersabar

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial



CARA MEMBUAT DESAIN PERTAMA DI CANVA

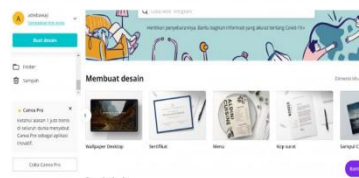
- Log in terlebih dahulu
- Klik 'buat desain'
- Pilih template sesuai keinginan
- Tambahkan Foto
- Tambahkan tulisan
- Masukkan filter dan sesuaikan gambar
- download gambar dan bagikan ke orang lain
- Pilih apa yang ingin di desain

Cara Menggunakan Canva untuk Membuat Desain (Tutorial Lengkap)



Cara Memilih Desain di Canva

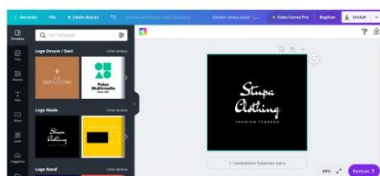
• Setelah *log in*, kamu akan dihadapkan dengan tampilan seperti ini, lalu klik tombol 'buat desain'.



© Screenshot

Cara Memilih Desain di Canva

• Setelah itu, pilih salah satu. Dalam tutorial ini Glints mengklik logo. Lalu akan ada tampilan dengan berbagai macam *template* logo yang bisa kamu jadikan sebagai bahan referensimu dalam membuat logo.



© Screenshot

Cara Memilih Desain di Canva

- Pilih template yang kamu suka, kemudian buatlah logo sesuai dengan kreasimu sendiri.
- Di samping kiri, ada berbagai macam filter yang bisa kamu gunakan untuk menambah kopornu semakin menarik.
- Setelah semuanya selesai, kamu bisa *men-download* hasil kerja kamu dan membagikannya ke orang lain.

Product Branding

Penguatan Komunitas Menuju UKM Tangguh



Alur Dalam Melakukan Wirausaha



Apa itu Branding

Branding merupakan proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi. Diferensiasi adalah alasan adanya branding. Diferensiasi adalah proses mengubah komoditas menjadi brand yang kuat

Diferensiasi



Jenis-Jenis Brand



Product Branding?

Jenis branding yang paling umum dan mudah anda temukan, yang dapat membantu orang-orang membedakan suatu produk dengan produk lainnya



Apa Pentingnya Branding



3 Tujuan Branding

