

**LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT
STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI PENERAPAN
DIGITAL MARKETING
RUMAH SINGGAH UMKM BKTKI SEMPULUR**



Oleh:

Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah SE., MM	19801109201608012053/2009118001
H. Aunur Rofiq, Lc., M. Ag., Ph.D	196709282000031001/2028096701
M. Fatkhur Rozi, MM	197601182009011003/2018017601
Ditya Permatasari, MSA., Ak	19870920201802012183/2020098701
Zuraidah, MSA.	197612102009122001/2010127602

**FAKULTAS EKONOMI
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Pengabdian Masyarakat dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Umkm melalui Penerapan Digital Marketing (Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur)"

Disahkan pada Tanggal 27 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Ketua Tim Pengabdian



Dr. Nihayatu Aslamatis S, SE., MM
NIP.19801109201608012053

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

KATA PENGANTAR

Berkah dan kemudahan yang Allah SWT berikan, membuat kelompok kami dapat menyelesaikan kegiatan dan pelaporan pengabdian Masyarakat tahun 2023. Kegiatan pengabdian yang kami lakukan adalah Strategi Pemasaran Produk Umkm melalui Penerapan Digital Marketing (Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur). Kegiatan ini penting sebagai salah satu penunjang tri dharma agar para akademisi tidak hanya fokus dalam kegiatan pendidikan dan penelitian, namun juga mampu menyampaikan hasil kedua darma tersebut dalam perancangan strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing rumah singgah UMKM BKTKI Sempulur. Laporan ini selesai dengan banyak sekali masukan dan berbagai pihak sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang beserta seluruh jajarannya, yang telah mendukung kegiatan pengabdian Masyarakat;
2. Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang beserta jajarannya, yang telah mendukung seluruh rencana pengabdian masyarakat
3. Seluruh panitia pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim.
4. Seluruh pelaku UMKM “Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur”

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang mendasar pada laporan ini, oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak untuk memberikan saran dan masukan serta kritik yang membangun. Penulis juga berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Malang, 27 Juni 2023

Penulis

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI PENERAPAN
DIGITAL MARKETING
RUMAH SINGGAH UMKM BKTUKI SEMPULUR**

Oleh:

Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM
H. Aunur Rofiq, Lc., M. Ag., Ph. D
M. Fatkhur Rozi, MM
Ditya Permatasari, SE., MSA., Ak
Zuraidah, MSA

RINGKASAN

Rumah Singgah UMKM BKTUKI Sempulur merupakan UMKM yang didirikan pada tahun 2012 yang terletak di Desa Pagersari Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Berdirinya UMKM Sempulur ini dilatarbelakangi oleh banyaknya warga Desa pagersari yang menjadi buruh migran prosedural ke Malaysia dan tidak bisa pulang karena kesulitan dokumen sampai bertahun – tahun. Melihat kondisi seperti ini, salah satu warga tergerak untuk membantu masyarakat menjembatani dengan mengumpulkan para migran tersebut ke dalam UMKM yang diberi nama UMKM Sempulur. Nama Sempulur ini memiliki arti berjalan terus (Istiqomah).

Jumlah anggota Rumah Singgah UMKM Sempulur ini ada 60 anggota yang terdiri dari istri – istri TKI dan Wanita migran yang tersebar ke dalam beberapa jenis usaha. Alasan istri – istri TKI dan Wanita migran ini bekerja atau berwirausaha ini supaya para istri tidak bergantung lagi kepada suami dan supaya suami tidak bekerja di Luar Negeri lagi. Dalam pemasaran produknya, pelaku UMKM memiliki kendala terkait dengan pemasaran produk secara online melalui marketplace. Selama ini, mereka hanya memasarkan produk secara offline, yaitu dengan menitipkan barang mereka kepada temannya. Untuk pemasaran online hanya menggunakan status whatsapp dan beberapa saja yang menggunakan whatsapp bisnis. Sehingga pengabdian masyarakat yang dilakukan di Rumah Singgah UMKM Sempulur ini yaitu memberikan pelatihan terkait dengan Digital Marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran produk.

Pelatihan di UMKM ini diawali dengan memberikan penjelasan terkait dengan apa itu digital marketing, kenapa digital marketing itu sangat penting untuk pemasaran produk, apa saja contoh media marketing sampai dengan bagaimana cara membuat konten yang menarik yang dapat digunakan untuk menarik pelanggan untuk membeli produk. Pelatihan ini dilanjutkan dengan sharing terkait branding produk. Tim pengabdian dari FE UIN Malang mencoba membedah salah satu produk UMKM dan kemasan produk, kemudian diberikan saran supaya produk itu menarik karena salah satu hal yang paling penting untuk memasarkan produk melalui digital marketing adalah branding produk

Daftar Isi

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	i
Kata Pengantar	ii
Ringkasan	iii
Daftar Isi	iv
Bab I Pendahuluan	1
A. Analisis Situasi	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Pengabdian Masyarakat.....	2
D. Manfaat Kegiatan	2
Bab II Tinjauan Pustaka	3
A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	3
B. Pengertian Pemasaran.....	4
C. Pengertian Digital Marketing.....	4
D. Strategi Pemasaran.....	5
Bab III Materi dan Metode Pelaksanaan	7
A. Kerangka Pemecahan Masalah	7
B. Realisasi Pemecahan Masalah... ..	7
C. Khalayak Sasaran	8
D. Metode Pelaksanaan	8
Bab IV Hasil dan Pembahasan	10
A. Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur	10
B. Solusi dan Luaran yang Dicapai	14
C. Bagaimana Pengaruh Digital Marketing kepada UMKM	14
Bab V Kesimpulan dan Saran	15
A. Kesimpulan.....	15
B. Saran	15
Daftar Pustaka	16
Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar dari Perekonomian Indonesia, yang dibuktikan dengan kemampuan UMKM dalam menyelamatkan ekonomi di Indonesia pada saat krisis moneter tahun 1998. Terjadi peningkatan signifikan jumlah UMKM di Indonesia, tidak terlepas dari permasalahan yang menyebabkan kegagalan para pelaku UMKM. Diantara yang mempengaruhi faktor manajemen yang sederhana, kurangnya pengawasan produksi proses dan kualitas yang disebabkan oleh sistem pada entitas, pencatatan sederhana laporan keuangan, dan akses pasar yang terbatas.

Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM yang tercatat pada tahun 2018 sebanyak 64.194.057 atau sebesar 99.9% dari seluruh unit usaha yang ada di Indonesia. Dilihat dari data tersebut membuktikan bahwa UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam menciptakan laju pertumbuhan ekonomi, sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat dan penyedia lapangan pekerjaan untuk banyak tenaga kerja.

Dengan demikian perlu adanya penguatan atau pemberdayaan UMKM agar lebih berkembang dan mampu mendukung kestabilan perekonomian nasional. Pemberdayaan UMKM, merupakan langkah strategis untuk meningkatkan produktifitas serta memajukan dan mengembangkan sektor UMKM itu sendiri. Beberapa usaha pemberdayaan UMKM selain untuk meningkatkan produksi juga perlu dilakukan perluasan pemasaran produk karena pada umumnya UMKM di Indonesia sulit berkembang, salah satu penyebabnya adalah skala pemasaran yang masih sempit.

Digital marketing merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk agar dapat sampai kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu. Pada saat ini belum banyak UMKM di Indonesia yang menggunakan *digital marketing* sebagai media pemasaran. Faktanya di era sekarang ini transaksi jual beli sudah banyak menggunakan digital marketing, karena dirasa lebih memudahkan baik untuk konsumen maupun untuk penjual itu sendiri. Penjual dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan untuk konsumen dapat membandingkan harga antar satu penjual dengan penjual lainnya. UKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commercenya akan berpeluang menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi

pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pelaku UMKM BKTKI Sempulur bahwa sebagian dari para pelaku UMKM ini masih belum menggunakan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk. Sebagian dari para pelaku UMKM masih memasarkan produknya secara tradisional seperti menjual secara offline, namun ada beberapa juga yang memasarkan produk hanya melalui status wa saja. Hal ini dikarenakan bahwa pelaku UMKM rata – rata sudah berumur sehingga mereka hanya fokus kepada pembuatan produk saja dan tidak memikirkan bagaimana cara memasarkan produknya. Berdasarkan kondisi tersebut di atas, maka dilakukanlah kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) tentang strategi pemasaran produk UMKM melalui digital marketing.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis situasi, maka laporan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait dengan strategi pemasaran produk melalui digital marketing.

C. Tujuan Pengabdian Masyarakat

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengetahui pemasaran produk yang dilakukan oleh UMKM Sempulur Kec. Kalidawir Kab. Tulungagung. Selain itu, tujuan lain dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan terkait dengan strategi pemasaran melalui digital marketing agar dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki strategi pemasaran UMKM Sempulur.

D. Manfaat Pengabdian Masyarakat

Pengabdian ini penting untuk dilakukan karena memberikan manfaat baik secara langsung ataupun tidak langsung kepada akademisi, universitas, dan pelaku UMKM. Bagi akademisi kegiatan ini bermanfaat untuk mendekatkan akademisi dengan dunia praktis agar akademisi tidak hanya berdiam dalam menara gading pendidikan dan pelatihan hingga melupakan kebermanfaatannya *sharing* informasi pada dunia praktis. Bagi Fakultas dan Universitas kegiatan ini bermanfaat untuk membangun jaringan dengan dinas koperasi dan UMKM sehingga dapat dimanfaatkan untuk kerja sama yang lebih baik. Bagi pelaku UMKM kegiatan ini bermanfaat untuk memperbaiki proses pemasaran produk mereka dengan memanfaatkan perkembangan teknologi seperti media sosial dan marketplace.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang berperan penting dan memberi pengaruh besar dalam perkembangan perekonomian Indonesia. “Jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM pun berjumlah 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha yang artinya UMKM dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dari perusahaan besar sekalipun. Ini disebabkan karena perusahaan besar lebih memanfaatkan teknologi dibandingkan menggunakan tenaga manusia. Dari fenomena ini terlihat bahwa UMKM merupakan usaha produktif yang memiliki pengaruh dalam membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia secara signifikan.

Dalam SAK EMKM, IAI menjelaskan bahwa “Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (EMKM) adalah entitas tanpa akuntabilitas publik yang signifikan, sebagaimana didefinisikan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP), yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan yang berlaku di Indonesia, setidaknya selama dua tahun berturut-turut.” Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa UMKM merupakan entitas atau perusahaan yang

Dari definisi dan kriteria UMKM diatas maka secara garis besar dapat ditarik satu benang merah yang serupa mengenai UMKM. Pertama, dilihat dari sisi kekayaan, UMKM cenderung merupakan suatu entitas yang memiliki kekayaan bersih tidak kurang dari Rp.10 Milyar. Kedua, UMKM merupakan suatu unit bisnis yang permodalannya juga lebih banyak mengandalkan dari struktur modal pribadi atau pada tingkatan yang lebih maju telah menggunakan bantuan yang berasal dari kredit usaha kecil. Ketiga, pada umumnya UMKM belum memiliki status badan hukum. Keempat, golongan industri UMKM masih terbatas padagolongan usaha yang cenderung sederhana.

OECD dalam Mazzarol, Reboud, dan Clark (2022), menyatakan sumber pendanaan dari UMKM adalah modal, hutang, dan laba di tahan. Modal adalah dana yang diinvestasikan oleh pemilik untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas perusahaan di masa yang akan datang. Hutang adalah pinjaman yang diberikan oleh pihak ketiga kepada perusahaan, dengankewajiban bunga sebagai pendapatan yang diterima oleh pihak kreditur. Periode pembayaran hutang bisa jangka panjang atau jangka pendek tergantung perjanjian yang disepakati. Laba ditahan adalah sebagian keuntungan yang digunakan untuk menambah modal perusahaan.

Pendanaan adalah salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Abdulsaleh dan Wortington (2013) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan, lama perusahaan berdiri, tipe kepemilikan, legalitas, lokasi, bidang perusahaan, dan komposisi aset merupakan faktor yang mempengaruhi pendanaan perusahaan. Meskipun demikian, beberapa penelitian menjelaskan bahwa UMKM lebih mengutamakan modal pribadi dibandingkan pinjaman dari pihak ketiga.

B. Pengertian Pemasaran

Menurut The American Marketing Assosiation (AMA) yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2016), yaitu pemasaran merupakan fungsi organisasi dan sekumpulan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengelola hubungan konsumen dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemegang kepentingan. Jadi, fungsi pemasaran ditujukan untuk memberi pengertian kepada konsumen terkait produk dan jasa yang dipasarkan atau ditawarkan. Dalam pengertian ini, pemasaran merupakan kegiatan yang paling fundamental dalam memasarkan produk-produk dan jasa pada perusahaan.

C. Pengertian Digital Marketing

Digital marketing merupakan pemanfaatan Internet sebagai suatu teknologi yang dapat menghubungkan komunikasi dua arah di antara perusahaan dengan konsumen (Coviello, 2001). Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar. Pemasaran melalui digital marketing jangkauannya akan luas dan biaya akan lebih murah. Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan (Kotler, 2012).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis. Salah satunya adalah menggunakan digital marketing untuk mengkomunikasikan pemasaran produknya sebagai upaya untuk menguasai pasar. Pada dasarnya konsep digital marketing adalah memanfaatkan area luas seperti pada media televisi, radio bahkan internet dimana media tersebut akan memberikan infografis tentang produk yang dipasarkan perusahaan. Digital marketing dapat menjangkau semua kalangan, kapanpun, dengan cara apapun, dimanapun. Tentu sangat jauh lebih unggul dibandingkan dengan marketing konvensional yang terbatas waktu, lokasi, dan jangkauan pengguna karena hanya mempromosikan produknya secara langsung di toko.

D. Strategi Pemasaran

Ada dua kata dalam “strategi pemasaran”, yaitu kata strategi dan kata pemasaran. Adapun pengertian strategi menurut Glueck sebagaimana dikutip kembali dalam R. A. Supriyono (1990) adalah tanggapan secara konstan/berkesinambungan maupun adaptif atas peluang dan ancaman luar serta kekuatan dan kelemahan bagian dalam yang dapat memengaruhi perusahaan. Sementara arti pemasaran adalah suatu proses sosial dan melalui proses itu individu-individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan inginkan (Kotler, 2012). Dari paparan pengertian di atas, strategi pemasaran adalah proses yang niscaya dan harus terus-menerus diperbarui metode dan strateginya sesuai dengan tuntutan sosial yang ada. Tanpa penyesuaian diri dengan lingkungan-lingkungan baru yang tepat dan efektif, maka akan terdisrupsi oleh perusahaan-perusahaan yang lain, terutama yang kegiatan produksinya sejenis.

BAB III

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

A. Kerangka Pemecahan Masalah

Pemahaman tentang bidang usaha pelaku UMKM penting untuk dilakukan sehingga pengabdian masyarakat dapat memberikan manfaat optimal bagi pelaku UMKM. Beberapa tahapan dalam proses pengabdian masyarakat di UMKM BKTKI Sempulur Tulungagung adalah:

1. Survey pendahuluan berupa komunikasi yang intens tentang kebutuhan pendampingan.
2. Hasil komunikasi menunjukkan bahwa kebutuhan utama UMKM adalah pendampingan penerapan digital marketing untuk meningkatkan strategi penjualan UMKM
3. Tim pengabdian membuat materi yang relevan dan memberikan contoh cara memasarkan produk melalui digital marketing
4. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan memberikan materi dan memberikan contoh serta tips dan trik bagaimana memasarkan produk dengan menggunakan digital marketing
5. Evaluasi kegiatan berupa permintaan masukan kepada UMKM BKTKI Sempulur terkait kendala dan hambatan dalam proses pendampingan.

B. Realisasi Penyelesaian Masalah

Tahapan dalam kerangka pemecahan masalah menjadi dasar langkah-langkah yang dilakukan dalam proses pengabdian masyarakat. Tahapan dilaksanakan secara berurutan dan sistematis untuk mendapatkan hasil pendampingan yang optimal. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2023 Pukul 10.00 – 13.30 WIB, di Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur Ds, Pagersari, Kec. Kalidawir, Kab. Tulungagung Berikut adalah susunan acara;

Susunan Acara

Jam	Kegiatan	Penanggung jawab
06.00 - 06.30	Persiapan keberangkatan dari Fakultas Ekonomi UIN	Ditya Permatasari
06.30 – 10.00	Keberangkatan ke lokasi UMKM	M. Fatkhur Rozi, MM
10.00 – 10.30	Pembukaan acara: 1) Sambutan Penerimaan dari pelaku UMKM 2) Ucapan terima kasih dari perwakilan kelompok 2 3) Foto Bersama	Zuraidah, MSA H. Aunur Rofiq, Lc., M. Ag., Ph. D
10.30 – 11.30	Sharing Session Materi I: Digital Marketing	Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM Zuraidah, MSA
11.30-12.00	Ishoma	
12.30-13.00	Sharing session terkait Strategi Pemasaran dan Digital Marketing	M. Fatkhur Rozi, MM Ditya Permatasari, SE., MSA., Ak
13.00 – 13.30	Penutup	MC

C. Khalayak Sasaran

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan bagi pelaku UMKM di Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur Desa Pagersari, Kec. Kalidawir Kab. Tulungagung. Pelaku UMKM terdiri dari kurang lebih 20 UMKM yang memiliki motivasi tinggi untuk meningkatkan pemasaran produk melalui digital marketing.

D. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai dengan penjelasan materi terkait dengan digital marketing. Penyampaian materi juga tidak diatur secara kaku namun diselesaikan satu persatu mulai dari pengenalan digital marketing, bagaimana cara memasarkan produk dengan digital marketing sampai dengan bagaimana cara membuat konten. Pelaku UMKM antusias dalam pelaksanaan kegiatan sehingga proses diskusi berjalan lancar dan hidup. Proses evaluasi

juga dilakukan dengan membuat pertanyaan secara terbuka tentang cara memasarkan produk dan branding produk. Hasilnya menunjukkan bahwa pelaku UMKM secara garis besar paham tentang materi yang diberikan, namun memiliki kesulitan dalam memasarkan produk secara online dengan menggunakan marketplace. Selama ini mereka hanya menjual menggunakan status whatsapp saja dan hanya beberapa yang menjual dengan whatsapp bisnis.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur

Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Strategi Pemasaran produk UMKM melalui Digital Marketing yang dilakukan oleh dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut:

1. Persiapan penyuluhan dan pelatihan dari tanggal 21 Juni 2023. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, back drop dan lain-lain.
2. Pelaksanaan pengebadian pada tanggal 21 Juni 2023 pukul 10.00 WITA yaitu pembukaan yang dilanjutkan dengan pemberian materi tentang pentingnya menggunakan digital marketing yang diberikan oleh tim pengabdi. Lama sesi pertama kurang lebih 60 menit disusul dengan sesi tanya jawab. Peserta pelatihan sesi pertama dihadiri oleh kurang lebih 25 pemilik usaha UMKM.



Gambar 1. Pemberian Materi Digital Marketing dan Sesi Tanya Jawab

3. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pendampingan strategi marketing dengan digital marketing dan digital branding pelatihan sesi ke dua, pukul 12.30 WIB masih di hari yang sama. Lama sesi kurang lebih 30 menit.



Gambar 2. Sharing Session terkait Branding Produk

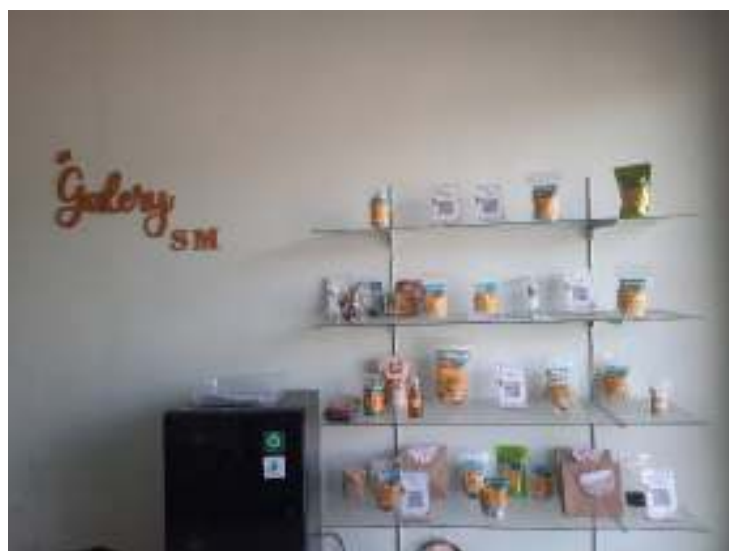
4. Terakhir kegiatan pengabdian ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur dengan harapan agar materi digital marketing yang dibeikan bisa bermanfaat bagi kemajuan usaha UMKM ke depannya.





Gambar 3. Sesi Foto Bersama Tim Pengabdian beserta Peserta Pengabdian

5. Sebelum tim pelaksana pengabdian pamit pulang, disempatkan dulu untuk melihat- lihat lokasi gallery UMKM yang digunakan untuk display produk UMKM



Gambar 4. Foto Gallery Rumah Singgah UMKM BKKTKI Sempulur



Gambar 5. Proses Penjualan Produk UMKM

Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi pengembangan yang cukup tinggi . Banyak produk yang dihasilkan UMKM Sempulur ini yang meliputi produk mamin seperti kerupuk gadung, rempeyek, balung ketek, madu mongso, sinom dll dan produk kerajinan seperti kerajinan songket, kerajinan kayu dan fashion. Produk yang dihasilkan oleh para UMKM dijual secara offline di gallery produk yang ada di Rumah Singgah UMKM. Berikut adalah contoh produk UMKM dan pemasaran produk UMKM



Gambar 6. Beberapa Produk UMKM BKTKI Sempulur



Gambar 7. Produk Kerajinan Songket Peci



Gambar 8. Gambar Kerajinan Songket Tas dan Dompet



Gambar 10. Gambar Produk Minuman Sinom

B. Solusi dan Luaran yang Dicapai

Adapun solusi dari pengabdian kepada masyarakat ” Strategi Pemasaran Produk UMKM melalui Digital Marketing” ini adalah sebagai berikut:

1. Pemberian materi mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha. Selain itu disisipkan juga masukan berupa contoh UMKM yang telah memanfaatkan digital marketing terkait. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi permasalahan UMKM yaitu kurangnya pemahaman, kemampuan dan pengetahuan UMKM mengenai pentingnya digital marketing dalam rangka memaksimalkan kegiatan promosi.
2. Sharing session terkait strategi pemasaran melalui media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Media digital yang digunakan di sini adalah Marketplace dan Media Sosial yaitu Instagram. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan mengenai cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik.

C. Bagaimana Pengaruh Digital Marketing kepada UMKM



Gambar 11. Aktivitas Belanja Online (Januari 2020)

Gambar 11 menjelaskan bahwa terhitung sampai januari 2020 sebanyak 93% melakukan pencarian barang atau jasa secara online, 90% pengguna mengunjungi toko online dengan berbagai perangkat, 88% pengguna melakukan transaksi online dari berbagai perangkat, 25% pengguna melakukan transaksi melalui PC atau laptop dan yang terakhir 80% pengguna melakukan transaksi melalui perangkat smartphone dari penjelasan diatas menyadarkan bahwa potensi belanja melalui media digital marketing sudah berkembang di Indonesia. Dari gambar menunjukkan bahwa Digital marketing

sangat berpengaruh terhadap perkembangan UMKM saat ini karena cakupan jangkauannya sangat luas juga bisa menghemat budget untuk promosi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kegiatan berjalan dengan lancar. Permasalahan utama Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur adalah terkait dengan strategi pemasaran produk. Dalam pemasaran produknya, pelaku UMKM memiliki kendala terkait dengan pemasaran produk secara online melalui marketplace. Selama ini, mereka hanya memasarkan produk secara offline, yaitu dengan menitipkan barang mereka kepada temannya. Untuk pemasaran online hanya menggunakan status whatsapp dan beberapa saja yang menggunakan whatsapp bisnis. Sehingga pengabdian masyarakat yang dilakukan di Rumah Singgah UMKM Sempulur ini yaitu memberikan pelatihan terkait dengan Digital Marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran produk.

B. Saran

Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi UMKM, selain memberikan penyegaran terkait strategi pemasaran produk melalui digital marketing. Pelaku UMKM juga dapat menyampaikan keluhan kesahnya dalam proses pemasaran produk. Meskipun demikian acara yang hanya diselenggarakan satu kali menyebabkan materi tidak dapat terserap dengan baik. Oleh karena itu, perlu untuk melakukan tindak lanjut dalam bentuk diskusi tentang strategi pemasaran produk pada Rumah Singgah UMKM BKTKI Sempulur Desa Pagersari Kec. Kalidawir Kabupaten Tulungagung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsaleh, A. M. & Worthington, A. C. (2013). Small and Medium-Sized Enterprises Financing: A Review of the Literature. *International Journal of Business and Management*, 8(4): 36–54.
- Clark, D., Mazzarol, T., & Moore, M. (2022). Strategic Alliances for Commercialisation. In *Commercialisation and Innovation Strategy in Small Firms: Learning to Manage Uncertainty* (pp. 373-416). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Elisabeth, P. d. (2020). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* Vol 17 No 1, 56-62
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- UP Nainggolan, E. (2021). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-EkonomiIndonesia-Terungkit.html>

LAMPIRAN I

CURRICULUM VITAE

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : NIHAYATU ASLAMATISS 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 Lulus	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan/ 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 Institusionl, Arus Kas Bebas dan aset yang dijaminakan terhadap kebijakan deviden pada	Individu	Individu

	perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Jakarta		
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	Anggota	DIPA Fakultas

	Pada mahasiswa Berbasis <i>Entrepreneurship</i> (Studi Pada Laboratorium El-Dinar Finance House)		
2018	Produk <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> , <i>Environmental Attitude</i> dan <i>Green Purchase Behaviour</i> pada Generasi Milenial	Ketua	DIPA Universitas http://repository.uin-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
2023	Penguatan Perilaku Ramah Lingkungan Melalui Program Pemilahan Dan Daur Ulang Sampah Meningkatkan <i>Value Added</i> Pesantren Yang Sehat Dan <i>Zero Waste</i> Pada Pesantren An Nahdliyah Karangploso Kabupaten Malang	Ketua	DIPA Universitas
2023	Prediksi Green Purchase Intention Kendaraan Listrik Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior	Ketua	DIPA Universitas

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, Instiusional, Arus Kas Bebas dan Aset Yang Dijaminakan 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.v11i1.3698 http://repository.uin-malang.ac.id/6525/
2015	Re-Konstruksi Perilaku Melalui Pembelajaran Karakter Ulul Albab Dalam Rangka Mewujudkan Sumber Daya Manusia Perbankan Syariah Berdaya Saing Global	Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran "Rekonstruksi Kurikulum dan Pebelajaran di Indonesia" Volume 1 No 1 Tahun 2015 ISSN :2443-1923 http://repository.uin-malang.ac.id/7724/
2015	The Efect 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>El Dinar Finance House</i> Sebagai Pendukung Pembelajaran Di Jurusan Perbankan Syariah (S1)	Prosiding the Fourth International Conference on Islamic Economics and Business "Build The Society Awareness 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)	El 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 Rerefeed Blind Peer Review Quarterly Journal KIJECBM/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, http://dx.doi.org/10.18860/mec-j.v0i2.5837 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 Selektika 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	Engagement Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2020 ISSN 2579-8375(Print) 2579-8391(Online) http://engagement.fkdp.or.id/index.php/engagement/article/view/98 https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.98 http://repository.uin-malang.ac.id/6411/ (Sinta 3)
2020	Green Marketing Tools, Religiosity, Environmental Attitude And Green Purchase Behaviour Among Millenials Generation	MEC J Management and Economic Journal, ISSN Print 2599-3402, ISSN Online 2598-9537 Vol 4, No 3 (2020) halaman 233-252 Desember 2020 http://ejournal.uin-

		malang.ac.id/index.php/mec/article/view/8203 doi : http://dx.doi.org/10.18860/mec-j.v4i3.8203 http://repository.uin-malang.ac.id/7847/
2020	Anteseden Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang	MAULIDINA, Ivada Hedi; SOLEKAH, Nihayatu Aslamatis. Anteseden Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang. Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah , [S.l.], v. 8, n. 2, p. 235-254, nov. 2020. ISSN 2502-8316. Available at: https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/author/submission/8193 Date accessed: 15 nov. 2020. doi: http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8193 . http://repository.uin-malang.ac.id/7094/ (Sinta 2)
2021	Factors that Influence to Intention to Use Electronic Money by UTAUT Model Approach	Proceedings International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS 2020) Part of series Advances in Social Science, Education and Humanities Research Publication Date 22 April 2021 ISBN 978-94-6239-368-4 ISSN 2352-5398 https://download.atlantispress.com/proceedings/iconetos-20/125955748 https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.210421.103 http://repository.uin-malang.ac.id/8200/
2020	Perilaku Ramah Lingkungan Pada Wisata Halal	Proceeding The 8 th Management Breakthrough and Doctoral Journey 2020 diselenggarakan APDMI ISBN:978-602-53554-1-7 https://apdmi.id/wp-content/uploads/2020/10/MBDJ-APDMI-2020_0015.pdf http://repository.uin-malang.ac.id/8319/
2021	Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation)	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) https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/altijary/article/view/2669 https://doi.org/10.21093/at.v6i2.2669 http://repository.uin-malang.ac.id/9016/
2021	How The Customer Trust and Customer Satisfaction Mediate Brand Image And Service Quality on Customer Loyalty in Islamic Microfinance Institutions	Al Tijarah UNIDA Gontor (16 November 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/altijarah/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	Setiawan, A. M., Kusuma, Y. I., & Solekah, N. A. (2021). Pembentukan Kader Kesehatan Amanah

	Antisipatif Melawan Wabah dan Covid-19 dengan Menggunakan Metode Blended Learning Berbasis Teknologi Informasi	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	INOBIS: 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	Solekah, N. A. (2021). Anteseden Loyalitas Nasabah : Islamic Branding, Kualitas Layanan dan Kepercayaan. JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 6(2). (published 26 Oktober 2021) https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i2.15770 http://repository.uin-malang.ac.id/9950/ https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/15770
2021	Determinasi Kepuasan Nasabah <i>Elektronik Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (pendekatan <i>E Service Quality</i>)	Widyagama National Conference on Economics and Business 2021 http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3175 http://repository.uin-malang.ac.id/9758/
2022	The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust	IQTISHODUNA Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Submit 13 Juli 2021)_ In review_ Published 30 April 2022 https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/12916 https://doi.org/10.18860/iq.v18i1.12916 http://repository.uin-malang.ac.id/10604/
2022	Millennials' Deals with Plastic: The Effect of Natural Environmental Orientation,	Journal Of Consumer Science In Review (submit 10 Januari 2022) Awaiting recommendation from editor Accepted 12 Agustus 2022

	Environmental Knowledge, and Environmental Concern on Willingness to Reduce Plastic Waste	https://journal.ipb.ac.id/index.php/jcs/article/view/39427 https://doi.org/10.29244/jcs.7.2.115-133
2022	Analisis Religius Value terhadap Green Purchase Attitude dan Green Purchase Intention : Studi Empiris pada Generasi Milenial Muslim	INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesi 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	<i>International Conference and Visiting Scholars 2022</i>

	HOME AND WORK	
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 tekhnologi 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,	Tahun ... s.d. ...
---------------	---	--------------------

	Manajemen Sistem Informasi Akademik dll)	
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 Pengembangan Karir	Laboratorium Kewirausahaan dan Pengembangan Karier Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Januari 2016 - 4 Oktober 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.

Malang, 26 Agustus 2022
Dosen Ybs



Nihayatu Aslamatis Solekah SE.MM.
NIDT 19801109201608012053

BIOGRAFI PENULIS



Aunur Rofiq: Lahir di pulau Bawean, kabupaten Gresik, 28/02/1967. Gelar S1 (Lc) nya, diperoleh dari Al-Azhar University – Kairo, pada Jurusan Quran and Hadits (1997-1998); tahun 1999 kuliah di Jurusan Studi Islam UMM, lulus pada 2001. Kemudian (2004/2005), merantau ke Malaysia, dan pada tahun 2008/2009 meraih gelar Ph.D, di bidang studi Qur'an dari University of Malaya (UM). Disertasinya ialah tentang perdamaian dalam perspektif al-Qur'an dan Piagam Madinah.

Ketika di Kairo, aktif di berbagai organisasi intelektual seperti (ICMI) (Orsat Kairo 1994-1998); MASIKA (Majlis Sinergi Kalam - ICMI) Cairo (1995-1998); Forum Persatuan Islam Kairo (1995-1998), Forum Silaturrahi Mahasiswa dan Keluarga Muhammadiyah Kairo (1995-1998); Editor Jurnal Renovasi Muhammadiyah – Kairo (1995-1997); Kelompok Studi Wali Songo Pelajar Jawa Timur Kairo (1993-1997); Peneliti Senior di Mizan Studi Club, Kairo (1994-1997); Redaktur Buletin Mahasiswa Indonesia Kairo “TEROBOSAN” (1996).

Di STAIN (sekarang UIN, sebelumnya UIIS), aktif di Pusat Kajian Qur'an dan Sains (2002); Pusat Studi Gender 2002; salah satu pendiri Lembaga Kajian dan Pemberdayaan Ekonomi Umat (El-KAPEU) 2002; Pjs pembantu Dekan II Jurusan Ekonomi UIIS (2004). Area kepakaran penulis ialah dalam Quranic Studies, khususnya tentang Quran dan perdamaian; Konstitusi Piagam Madinah dan peace building; Agama dan perdamaian.

Ada banyak buku yang telah diterbitkan, baik sebagai penulis, editor, penyunting maupun penterjemah. Di antaranya ialah: “Khadijah Ummul Mukminin (Kisah Cinta Bersama Rasulullah Dalam Menyingsing Fajar Islam). Penerbit: Perniagaan Jahabersah, Johor Bahru (2009); Abdul Qadir Jailani, Memahami Ketokohan, Akidah dan Tasawufnya Mengikuti Pandangan Ahlu Sunnah wa al-Jamaah. Penerbit: Perniagaan Jahabersah, Johor Bahru (2008); Orang-Orang Istimewa dalam al-Quran. Penerbit: Perniagaan Jahabersah Johor Bahru (2008); Pesan Maha Kasih Dalam Kisah, Penerbit: Pustaka Jiwa Kuala Lumpur (2008); Isu-isu Gender: Perspektif Ulama al-Azhar, Intel Media and Publication, Petaling Jaya (2007); Mencerdaskan Rohani, Penerbit: Perniagaan Jahabersah: Johor Bahru (2007); Mengapa Saya Harus Bertaubat? Penerbit:

Perniagaan Jahabersah, Johor Baharu (2006); Tafsir resolusi konflik: Upaya menyingkap model manajemen interaksi dan deradikalisasi beragama perspektif al-Qur'an dan Piagam Madinah, UIN Press 2012; Model Rekonstruksi Tafsir Gender Ulama' al-Azhar, UIN Press 2019; *Tafsir al-Qur'an al-Hakim Mustafa Abdul Rahman*, Juz 1-25, Penerbit: Centre of Qur'anic Research University of Malaya (2020); *Teologi Kesejahteraan Petani: Konsep dan Praktek*, UIN Press (2020).

Diantara artikelnya dalam Jurnal yaitu: Poligami Dalam Perspektif Muhammad Abduh dan Mahmud Syaltut: Kajian Perbandingan, dalam *Jurnal Ulumuddin*, Januari 2007, Universitas Muhammadiyah Malang; Menimbang Nasib Perempuan Dalam Mizan Agama & Feminisme, *Jurnal El Harakah STAIN Malang*; Peranan Wanita Dalam Proses Pewahyuan, dalam *Jurnal Analitica Islamica* vol. 10. No. 1, Mei 2008, h. 1-15, Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara; Controlling Management to Enhance Good Environment in The Koranic Perspective, *AENSI Journals: Advances in Environmental Biology* (2015); Tatwir Mawad Maharat Al Kalam Li Tolabati Qism Al Tamrid Fi Dhoui Ta'lim Al Lughah Al Arabiyyah Li Agrad Al Khosoh, *Jurnal Lisaniyat*, **08 (01) (2017)**; Peace Building Terminology in The Qur'an: Thematic Approach; *International Journal of Engineering & Technology*, ISSN: 2227-524X (2019); The Islamic Basic-Values Of Sustainability In The Management Of Water Resources In Pasuruan East Java, *Amwaluna Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syari'ah (Vol 5, No 2 (2021))*; Analysis The Development Marketing Strategy of Halal Tourism Facilities in Santen Island Banyuwangi Regency, *Journal Iltizam* (2021);

Adapun tulisanya dalam Koran diantaranya: Manifesto Perdamaian Muhammad SAW (Kolom Opini-Republika), 19 Agustus 2009); Muhammad Sang Rasul Humanis (Republika: Dialog Juma'at, 20 Juni 2003); Poligami, Monogami Bukan Substansi (Jawa Pos: Kajian Utan Kayu, 15 Juni 2003); Invasi Amerika dan Wacana Perang Agama (Republika: Dialog Jum'at, 11 April 2003); Diskursus Keadilan Jender di Mesir (Kompas, 18 Mac 2002); Seri Tafsir Motivasi: The Power Of Basmalah (BATAM POS, 24 Oktober 2014); Seri Tafsir Motivasi: Sanjungan Mutlk Hanya Milik Allah (BATAM POS, 31 Oktober 2014); Seri Tafsir Motivasi: Allah Maha Pengasih dan Penyayang, Kita...? (BATAM POS, 7 November 2014); Seri Tafsir Motivasi: "Meneladani" Allah Sebagai Penguasa (BATAM POS, 14 November 2014); Seri Tafsir Motivasi: Tidak Ada Diskriminasi Dalam Ibadah (BATAM POS, 21 November 2014); Seri Tafsir Motivasi: Jangan Merasa Bosan Memohon Hidayah Allah (BATAM POS, 28 November 2014); Seri Tafsir Motivasi: Surah al-Baqarah: Alif Lam Mim (BATAM POS, 12 Desember 2014); Seri Tafsir Motivasi: Menjadikan alqur'an Sebagai Sahabat (1) (BATAM POS, 19 Desember 2014); Seri Tafsir Motivasi: Menjadikan alqur'an Sebagai Sahabat (2) (BATAM POS, 26 Desember 2014).

Pernah menjadi asisten penelitian profesor di Jurusan Studi Qur'an Universitas Malaya 2007-2009, dan dosen tamu di Muhammadiyah Islamic College – Singapore pada 2008; Di samping sebagai dosen di Pascasarjana UIN Malang, pernah menjadi Sekretaris Jurusan Program Magister PGMI (2009-2013); Sekretaris Jurusan Program Magister Studi Ilmu Agama Islam (SIAI 2013-2017); Sekretaris Jurusan Program Magister Ekonomi Syari'ah (2017-2021) di

Pascasarjana UIN Malang. Sebagai Sekretaris di Majelis Tarjih dan Tajdid (MTT) Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur (2015-2022; 2022-2027), Sebagai Ketua Unit Integrasi Sains dan Agama di Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang (2021-2025), Anggota Pusat Studi Integrasi Agama, Sains dan Teknologi UIN (2022-2024).

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : M. Fatkhur Rozi, S.E., M.M.
 NIP/NIK : 197601182009011003
 NIDN : 2018017601
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 18 Januari 1976
 Agama : Islam
 Golongan / Pangkat : Lektor /IIIc
 Alamat Kantor : Jl. Gajayana 50 Malang
 HP : 081241411146
 Alamat Rumah : Jl. Seruni 12A Sengkaling Desa Mulyoagung Kec.
 Dau Kabupaten Malang
 E-mail : rozi@manajemen.uin-malang.ac.id

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI

Tahun Lulus	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan
2001	S1	Fak. Ekonomi Universitas Brawijaya	Manajemen
2006	S2	Program Pascasarjana Universitas Brawijaya	Manajemen

PENGALAMAN MENGAJAR

Mata Kuliah	Jenjang	Institusi/Jurusan/Program	Tahun
Manajemen Pemasaran I	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2011 s.d. Sekarang
Perilaku Konsumen	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2011 s.d. sekarang
Teori Organisasi	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2012
Kewirausahaan	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2012 s.d.2015
Komunikasi Pemasaran	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2012 s.d. Sekarang
Manajemen Pemasaran II	S1	Fak. Ekonomi UIN Maliki Malang/Manajemen	2011 s.d. sekarang
Manajemen Ritel	S1	Fak. Ekonomi UIN Maliki Malang/Manajemen	2012 s.d. sekarang
Pengantar Manajemen	D3	Fak. Ekonomi UIN Maliki Malang/Manajemen	2011 s.d. 2013
Pengantar Bisnis	D3	Fak. Ekonomi UIN Maliki Malang/D3 Perbankan Syariah	2011
Pengantar Manajemen	D3	Fak. Ekonomi UIN Maliki Malang/D3 Perbankan Syariah	2011

PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Jabatan	Sumber Dana
2006	Stres, Kepuasan Kerja, dan	Peneliti	Mandiri

	Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan di Lingkungan Pemerintah Kota Batu		
2011	Pengaruh Nilai-nilai Pribadi, Orientasi Pasar, dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan	Peneliti	DIPA UIN Maliki Malang
2012	Peran Situs Jejaring Sosial Dalam Persepsi Reseller	Peneliti	Mandiri
2013	Melakukan Penelitian Kelompok "Pengaruh Karakteristik Entrepreneurship, Peran Gender, Pekerjaan Orang Tua, dan Dukungan Akademik Terhadap Minat Kewirusahaan Mahasiswa"	Ketua	DIPA UIN Maliki Malang
2014	Melakukan Penelitian Kelompok "Perluasan Pasar Produk Salger Melalui Strategi Kemitraan Kelompok Usaha Mekarsari Food Di Desa Kademangan Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang"	Anggota	DIPA UIN Maliki Malang
2014	Peran Situs Jejaring Sosial dalam Persepsi Reseller	Jurnal Iqtishoduna	
2015	Melakukan Penelitian Kelompok "Optimalisasi Peran Sosial Media Bagi Pengetahuan Nasabah Pada Industri Perbankan Syariah di Kota Malang"	Ketua	DIPA UIN Maliki Malang
2016	Analisis Pengaturan Tenaga Penjualan, Desain Wilayah, dan Efektivitas Tenaga Penjualan Pada PT. Bank Mega Syariah Kantor Cabang Malang	Peneliti	DIPA UIN Maliki Malang
2017	Analisis <i>Blue Ocean Strategy</i> Pada Usaha Suwar-suwir dalam Era MEA	Peneliti	DIPA UIN Maliki Malang
2017	Penerapan Electronic Word of Mouth (eWoM) dan Prinsip Komunikasi dalam Islam	Jurnal Iqtishoduna	
2019	Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Melalui Pendekatan Transportasi Pada UMKM Kerupuk Ikan Tengiri Desa Gedangan Kabupaten Mojokerto	Jurnal Iqtishoduna	
2021	The influence of membership program on customer loyalty mediated by customer satisfaction	International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)	

PENGALAMAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Tahun	Tema	Jabatan	Sumber Dana
2010	Pendampingan Pendirian Koperasi Siswa SD-SMP Satu Atap Mbrau di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu	Anggota	DIPA UIN Maliki Malang
2012	Menjadi Narasumber pada Pelatihan		Kopma

	Pengurus dan Karyawan Koperasi Mahasiswa Padang Bulan		Padang Bulan
2014	Menjadi Narasumber Pelatihan Kewirausahaan di Kelompok Usaha Mekarsari Food Pada Kegiatan PAR	Anggota	DIPA UIN Maliki Malang
2015	Menjadi Narasumber Pelatihan Kewirausahaan pada Program Pengabdian Masyarakat di Desa Jatiarjo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan	Anggota	DIPA UIN Maliki Malang
2015	Melakukan Pengabdian Masyarakat Posdaya di Masjid Darussalam Desa Purworejo Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang		DIPA UIN Maliki Malang
2016	Narasumber Nuclear Talks Show "Inovasi Teknologi Nuklir untuk Peradaban Bangsa Indonesia Mandiri"		Lembaga BATAN-UIN Maliki Malang
2016-2019	Dewan Pembina Sabilillah Enterpreneur Institute (SEI) Lazis Sabilillah	Anggota	Lazis Sabilillah

PESERTA KONFERENSI/SEMINAR/LOKAKARYA/SIMPOSIUM

Tahun	Judul Kegiatan	Penyelenggara
2010	Seminar "Menyikapi Masuknya Era Cafta"	STIE Malangucecwara
2010	Lokakarya Kebanksentralan	Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia
2010	Seminar Forum Riset Perbankan Syariah II	International Program for Islamic Economics and Finance
2012	Training of Trainers Modul Kewirausahaan	PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk.
2012	Seminar Nasional dengan tema Satu Dasa Warsa Implementasi Otonomi Daerah	Kongres ISEI XVIII
2014	Menjadi Peserta Seminar Nasional Ekonomi Syariah di FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	FE UIN Maliki Malang

Yang Menyatakan

M. Fatkhur Rozi, S.E., M.M.
NIP 19760118 200901 1 003



Data Diri

-  **Nama**
Ditya Permatasari,
SE., M.s.a., Ak., CAP
-  **Alamat**
Jl. Joyo Agung III
Perumahan PNS B-16
Tlogomas Malang
-  **Telpon**
0812-1712-8800
-  **Email**
ditya@uin-malang.ac.id

Kantor

Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi
UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang
Jl. Gajayana 50 Malang

Keahlian

-  Sistem Informasi
Akuntansi
-  Akuntansi
Manajemen
-  Manajemen
Keuangan

Research ID

Sinta ID: 6734092

Curriculum Vitae



Pendidikan

- Program Sarjana - Akuntansi
Universitas Brawijaya - 2010
- Program Pendidikan Profesi Akuntansi
Universitas Brawijaya - 2011
- Program Magister - Akuntansi
Universitas Brawijaya 2016



Certification

- Akuntan - Kementerian Keuangan
- Certified Accurate Professional (CAP) - Ultima Solusindo



Pengalaman Kerja

- Dosen Akuntansi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang - 2018
- Editor Jurnal El Muhasaba
Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik
Ibrahim Malang - 2019



Publikasi

- Pengetahuan Etika Akuntansi, Religiusitas dan Love Of Money sebagai Determinan Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi
- Fraud Pentagon Sebagai Alat Pendeteksi Financial Statement Fraud : Literatur Review
- Internal Control, Organizational Culture On Employee Performance With Accounting Information System As Intervening
- Financial Distress Analysis In Banking: Wich Methods Is The Most Accurate?
- Cash Sales Accounting Information System Design Using "Small and Medium Enterprises Accounting" and "Sales Notes" Applications at Senja Store
- Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Pada Toko Zaki Di Kab. Tapin Provinsi Kalimantan Selatan

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : Zuraidah,SE.,M.SA
NIP/NIK : 197612102009122001
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Tempat dan Tanggal Lahir : Tarakan, 10 Desember 1976
Status Perkawinan : Kawin Belum Kawin Duda/Janda
Agama : Islam
Golongan / Pangkat : III c / Lektor
Jabatan Fungsional Akademik : Lektor
Perguruan Tinggi : UIN Maulana Malik Ibrahim (Maliki) MALANG
Alamat : Jl. Gajayana 50 Malang
Telp./Faks. : (0341) 551354/ 572533
Alamat Rumah : Jl. Sulat Indah I, No. 15 B Malang
Telp./Faks. : 081233070403
Alamat E-mail : zura.lp2m.pbs@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI

Tahun Lulus	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan/ Bidang Studi
2000	S-1	Universitas Muhammadiyah Malang	Akuntansi
2005	S-2	Universitas Brawijaya Malang	Akuntansi
2021	Kandidat S-3	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Ekonomi Syariah

JABATAN DALAM PENGELOLAAN INSTITUSI

Staf Keuangan	Unit HUMAS UIN Maliki Malang	2010 – 2011
Staf Penunjang	Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2012 s.d. sekarang
Dosen	Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2009 s.d. sekarang
Anggota Unit Tax Center	Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2013 s.d. 2014
Anggota Unit Laboratorium Pengembangan Ekonomi Islam	Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2015 s.d. sekarang
Ketua Laboratorium Pengembangan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat	Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2017 s.d. 2021
Ketua Laboratorium Pengabdian Kepada Masyarakat	Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2021 s.d. 2023

PENGHARGAAN/PIAGAM

Tahun	Bentuk Penghargaan	Pemberi
-------	--------------------	---------

2020	Satyalencana Karya Satya	Rektor UIN Maliki Malang

ORGANISASI PROFESI/ILMIAH

Tahun	Organisasi	Jabatan / Jenjang Keanggotaan
2011	Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia	Anggota
2015	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2016	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2017	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2017	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2018	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2019	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2020	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2021	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2022	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota
2023	Ikatan Akuntan Indonesia	Anggota

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

Malang, 1 Maret 2023
Dosen Ybs



ZURAIDAH, SE.,M.SA
NIP. 197612102009122001

LAMPIRAN II

SURAT TUGAS



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

Jalan Gajayana 50 Malang, Telp: (0341) 596661 Faksimil: (0341) 599951

SURAT TUGAS

Nomor: **1441** /F.Ek/KP/01/408/2023

Menimbang kegiatan : Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2023 bagi dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dasar : Disposisi Pimpinan Tanggal 19 Juni 2023.

Memberikan Tugas:

NO	NAMA	NIP	JABATAN
1	Dr. Niheyatu Aslamah S, MM	19801109 20160901 2 053	Penata Muda Tk. I - IIIb / Lektor
2	H. Anur Rofiq, Lc., MAg., PhD	19870926 200003 1 001	Penata Tk.I - IIIb / Lektor
3	Fakhr Razi, MM	19760118 200601 1 003	Penata - IIIc / Lektor / Staf. Satuan Pengawasan Internal
4	Ditya Pematasan, M.SA	19870820 20180201 2 183	Penata Muda Tk. I - IIIb / Lektor
5	Zuraidah, M.SA	19761210 200612 2 001	Penata Tk.I - IIIb / Lektor

Acara / Kegiatan : Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2023 dengan tema "Pengustan UMKW Menghadapi Era Industri 5.0" bagi dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada, Tanggal 21 Juni 2023 di Dsn. Pagarsan RT. 04/RW. 06. Desa Pagarsan Kec. Kaidowir Kab Tulungagung, Jawa Timur.

Sesuai menyelesaikan tugas, segera menyampaikan laporan kepada pemberi tugas.

Malang, 19 Juni 2023
Ceran,

Istahul Munir

Tembusan dibagikan kepada YTI:
1. Pura wakil Dosen sebagai Laporan;
2. Kabog. Tata Usaha / Fakultas
3. Arkip.

LAMPIRAN III

DAFTAR HADIR



DAFTAR HADIR

Hari/Tanggal :
 Agenda/Tema :
 Tempat :

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Meta	1
2	Sulisma	2
3	SRI WAHYUNI	3
4	Dewi / Darwiyun	4
5	Indah dwi L	5
6	Ivum robin	6
7	Rizka	7
8	Amalia Husnul F	8
9	Siti Masrurah	9
10	SITI HALIMAH	10
11	Purdayanti	11
12	Sonariyah	12
13	Aris Nurwanti U	13
14	ARIYANTI	14
15	Zulca	15
16	Ayu Haryanto	16
17	M Fird H.	17
18	Qurratul A'yun	18
19	Aina Sofar	19
20	Nurul masripah	20
21	Ditya P	21
22	Zuraidah	22
23	Muhammad Arifuddin	23
24	M. Fatkhul Raw	24
25	Fatkhulloh	25

Penanggung Jawab,

(.....)
 NIP.



DAFTAR HADIR

Hari/Tanggal :
Agenda/Tema :
Tempat :

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Maryati	1
2	JUNITA	2
3	Wahid	3
4	Zahro	4
5	Maisarah	5
6	Lailaty	6
7	Maya	7
8	Imaniyah	8
9		9
10		10
11		11
12		12
13		13
14		14
15		15
16		16
17		17
18		18
19		19
20		20
21		21
22		22
23		23
24		24
25		25

Penanggung Jawab,

(.....)
NIP.

LAMPIRAN IV
FOTO-FOTO KEGIATAN

Foto-Foto Kegiatan







LAMPIRAN LAIN
MATERI PENGABDIAN





Menggabungkan Banyak Platform



Aktif Dalam Berinteraksi





Bersabar

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

01

Menentukan target dan jenis media yang digunakan

02

Membuat konten yang seru dan kreatif

03

Menjalin komunikasi aktif secara personal






Digital Marketing Content

- 1. Definisi konten digital adalah informasi yang disajikan secara elektronik, termasuk, dan tidak terbatas, pada setiap bentuk media elektronik yang dapat diakses dengan menggunakan komputer.
- 2. Contoh-contoh dari jenis-jenis konten digital adalah: gambar, tulisan, video, audio, gambar, dan lain-lain.
- 3. Tujuan utama dari konten digital adalah untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan brand awareness.

JENIS-JENIS KONTEN





CONTOH TEKS

Contoh-contoh dari jenis-jenis konten digital adalah: gambar, tulisan, video, audio, gambar, dan lain-lain.

1. Definisi konten digital adalah informasi yang disajikan secara elektronik, termasuk, dan tidak terbatas, pada setiap bentuk media elektronik yang dapat diakses dengan menggunakan komputer.

2. Contoh-contoh dari jenis-jenis konten digital adalah: gambar, tulisan, video, audio, gambar, dan lain-lain.

3. Tujuan utama dari konten digital adalah untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan brand awareness.



TEKS

Contoh-contoh dari jenis-jenis konten digital adalah: gambar, tulisan, video, audio, gambar, dan lain-lain.

1. Definisi konten digital adalah informasi yang disajikan secara elektronik, termasuk, dan tidak terbatas, pada setiap bentuk media elektronik yang dapat diakses dengan menggunakan komputer.

2. Contoh-contoh dari jenis-jenis konten digital adalah: gambar, tulisan, video, audio, gambar, dan lain-lain.

3. Tujuan utama dari konten digital adalah untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan brand awareness.



INFOGRAFIS/GAMBAR

Infografi merupakan visualisasi grafik, data, dan gambar. Hal ini digunakan untuk menyampaikan informasi secara visual yang menarik dan mudah dipahami. Infografi dapat digunakan untuk menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang sederhana dan menarik.

Kelebihan infografi, yaitu sebagai berikut:

- Mudah dimengerti dan dipahami.
- Menarik dan menarik perhatian.
- Menyampaikan informasi dengan cepat dan akurat.
- Mudah diakses dan dapat diakses oleh siapa saja.
- Dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti: presentasi, laporan, dan media sosial.

INFOGRAFIS/GAMBAR



VIDEO

Video adalah rekaman gambar dan suara yang bergerak. Video dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara visual dan auditori. Video dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti: presentasi, laporan, dan media sosial.

Kelebihan video, yaitu sebagai berikut:

- Mudah diakses dan dapat diakses oleh siapa saja.
- Dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti: presentasi, laporan, dan media sosial.
- Mudah dimengerti dan dipahami.
- Menarik dan menarik perhatian.
- Menyampaikan informasi dengan cepat dan akurat.



AUDIO

Audio adalah rekaman suara yang bergerak. Audio dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara auditori. Audio dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti: presentasi, laporan, dan media sosial.

Kelebihan audio, yaitu sebagai berikut:

- Mudah diakses dan dapat diakses oleh siapa saja.
- Dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti: presentasi, laporan, dan media sosial.
- Mudah dimengerti dan dipahami.
- Menarik dan menarik perhatian.
- Menyampaikan informasi dengan cepat dan akurat.



DESAIN

Desain adalah proses kreatif untuk menghasilkan karya yang menarik dan bermakna. Desain dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti: presentasi, laporan, dan media sosial.

Sekian dan Terima Kasih

Semoga Bermanfaat