

COMMUNITY SERVICE AGENDA 2013-2016

Nama Dosen
NIP

: Indira Rachmawati, ST, MSM
: 08800005


| NO | COMMUNITY SERVICE AGENDA | YEAR | THE TITLE OF PROPOSAL |
|-----------|---------------------------------------|-------------|---|
| 1 | Pengabdian pada Masyarakat MBTI 2013 | 2013 | Pelaksanaan PPM MBTI 2013 |
| 2. | Pelatihan Bagi KUMKM Kota Tasikmalaya | 2015 | Pelatihan Pemasaran Online Pada Masyarakat KUMKM Kota Tasikmalaya |

| | | | |
|----|---|------|--|
| 3. | Survei Potensi Kota Tasikmalaya | 2015 | Pelatihan Pengelolaan Bahan Baku dan Pengelolaan Keuangan Pada Masyarakat KUMKM Sentra Batik dan Bordir Kota Tasikmalaya Pelatihan Pengelolaan Bahan Baku dan Pengelolaan Keuangan Pada Masyarakat KUMKM Sentra Batik dan Bordir Kota Tasikmalaya Pelatihan Pengelolaan Bahan Baku dan Pengelolaan Keuangan Pada Masyarakat KUMKM Sentra Batik dan Bordir Kota Tasikmalaya Pelatihan Pengelolaan Bahan Baku dan Pengelolaan Keuangan Pada Masyarakat KUMKM Sentra Batik dan Bordir Kota Tasikmalaya |
| 4. | Pelatihan Pada Masyarakat KUMKM Sentra Sepatu Cibaduyut | 2016 | Pelatihan Differensiasi Produk dan <i>Unique Selling Proposition</i> Pada Masyarakat KUMKM Sentra Sepatu Cibaduyut |
| | | | |
| | | | |

IMPACT OF COMMUNITY SERVICE:

- KNOWLEDGE & SKILLS IMPROVEMENT
- PRODUCTIVITY
- SOCIAL WELFARE

- ENVIRONMENT QUALITY
- REVENUE IMPROVEMENT
- ENCOURAGE TOWARD THE POSITIVE ATTITUDES

| | |
|---|--|
| <p>Lecture,</p>  <p>(India Rachmawati- 08800005)</p> | <p>Menyetujui, Ketua Sub KK _____</p> <p>(Nama Ketua Sub I</p> |
| <p>Mengetahui, Ketua KK _____</p> <p>(Nama Ketua KK - NIP)</p> | |

IMPACT

Membuat Modul
Manajemen
Pemasaran

Peserta lebih memahami manfaat pemasaran online, media online yang umum dipergunakan untuk pemasaran, dan strategi penggunaan masing-masing media online tersebut.

Peserta dapat meningkatkan produksi, produktivitas, kualitas produk industri kreatif, setelah mengikuti kegiatan pelatihan pengelolaan bahan baku, distribusi produk, dan pengelolaan keuangan.

Peserta lebih memahami manfaat pengelolaan diferensiasi produk, unique selling proposition dan tujuan melakukan kegiatan e-commerce.

| |
|--|
| |
| |
| |



| |
|---------|
| ' |
| |
| KK-NIP) |
| |
| |

RESEARCH AGENDA 2013-2017

Nama Dosen
NIP

: Indira Rachmawati, ST, MSM
: 08800005

| IDENTIFICATION | RESEARCH AGENDA | | TIMELINE |
|----------------|-----------------|--|-------------------|
| Marketing | Smart People | Peranan Psikologi Konsumen Dan Karakteristik Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian TelkomFlexy (Studi Kasus Di Kota Bandung Tahun 2013) Peranan Psikologi Konsumen Dan Karakteristik Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian TelkomFlexy (Studi Kasus Di Kota Bandung Tahun 2013) | TW 2 Tahun 2013 |
| | Smart Living | Analisis Faktor Pembelian Online Pada Pengguna Instagram Di Kota Bandung Tahun 2014 Dengan Menggunakan Teknik Exploratory Factor Analysis | TW 1 Tahun 2014 |
| | Smart Economy | Pengaruh Penggunaan Merek Berbahasa Asing (Inggris) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Buatan Indonesia | TW 2 Tahun 2014 |
| | Smart People | Pengaruh User Experience terhadap Satisfaction Pengguna Selular Operator di Indonesia | TW 2-4 Tahun 2015 |
| | Smart People | Pengaruh Satisfaction terhadap Loyalitas Pengguna Selular Operator di Indonesia | TW 1-2 Tahun 2016 |

| | | | |
|--|---------------|--|-------------------|
| | Smart People | Pengaruh User Experience terhadap Switching Barrier Pengguna Selular Operator di Indonesia | TW 3-4 Tahun 2016 |
| | Smart People | Pengaruh Switching Barrier terhadap Loyalitas Pengguna Selular Operator di Indonesia | |
| | Smart Economy | Peranan moderasi Corporate Image pada User Experience dan Loyalitas Pengguna Selular Operator di Indonesia | TW 1-2 Tahun 2017 |
| | Smart Economy | Peranan moderasi Corporate Image pada User Experience dan Satisfaction Pengguna Selular Operator di Indonesia | TW 3 Tahun 2017 |
| | Smart Economy | Peranan moderasi Corporate Image pada User Experience dan Switching Barrier Pengguna Selular Operator di Indonesia | TW 4 Tahun 2017 |

NOTES:

1. Identification :

2. Research Agenda: Smart People / Smart Education / Smart Commerce / Smart Living (Transportation/ Health Governance/ Smart Economy, Dilanjutkan dengan judul/topik penelitian

3. Relevansi with curriculum can be seen at slide “KURIKULUM MBTI or MM 2016”

4. Research Value: New concept / New variable / New object / New methods / New business model / New business

5. Research Impact: Productivity / Community welfare / Environment quality, etc.

Lecture,



(Indira Rachmawati-08800005)

M

Ketua KK _

(Nama

| RELEVANCE WITH CURRICULUM | RESEARCH VALUE | RESEARCH IMPACT |
|---|----------------|---------------------------|
| Marketing Management | Modified Model | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management | New object | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | New object | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | Modified Model | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | Modified Model | Productivity in ecommerce |

| | | |
|---|--------------------|---------------------------|
| Marketing Management; Consumer Behaviour | Modified Model | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | Modified Model | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | New Business Model | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | New Business Model | Productivity in ecommerce |
| Marketing Management; Consumer Behaviour | New Business Model | Productivity in ecommerce |

Health/ Energy/ Environment) / Smart Community / Smart
 Business strategy, etc.

Menyetujui,
 Ketua Sub KK

(Nama Ketua Sub KK-NIP)

lengetahui,

Ketua KK - NIP)