

## Optimalisasi Peran Generasi Muda Dalam Ekonomi Kreatif Melalui Workshop Desain Grafis Dan Media Sosial Di Kota Padangsidempuan

Ali Hardana<sup>1)</sup>, Chanra Simamora<sup>2)</sup>, Hasir Budiman Ritonga<sup>3)</sup>, Takdir Novriansyah Harahap<sup>4)</sup>

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

E-mail: [alihardana@uinsyahada.ac.id](mailto:alihardana@uinsyahada.ac.id)

### ABSTRAK

Perkembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya di kalangan generasi muda. Di Kota Padangsidempuan, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan keterampilan dalam bidang desain grafis dan pemanfaatan media sosial. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas generasi muda melalui pelatihan desain grafis dasar dan strategi promosi digital. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis, dan pendampingan langsung selama tiga hari yang diikuti oleh 30 peserta dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi desain (Canva dan Adobe Illustrator) serta membuat konten promosi di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan kesiapan untuk menerapkan keterampilan tersebut dalam usaha kreatif masing-masing. Kegiatan ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis pelatihan digital dapat menjadi strategi efektif dalam mengoptimalkan peran generasi muda di sektor ekonomi kreatif daerah.

**Kata kunci:** desain grafis, ekonomi kreatif, generasi muda, media sosial

### ABSTRACT

*The growth of the creative economy has become a key driver of local economic development, particularly among young people. In Padangsidempuan City, this potential remains underutilized due to limited skills in graphic design and social media marketing. This community service project aimed to enhance the capacity of local youth through workshops on basic graphic design and digital promotion strategies. The method involved socialization, technical training, and hands-on mentoring over a three-day period, attended by 30 participants consisting of students and young entrepreneurs. The results showed a significant improvement in participants' ability to use design applications (such as Canva and Adobe Illustrator) and to create promotional content for social media platforms like Instagram and TikTok. Moreover, participants demonstrated high enthusiasm and readiness to apply these skills to their own creative business initiatives. This activity proves that digital-based training can be an effective strategy to optimize the role of youth in the regional creative economy sector.*

**Keywords:** graphic design, creative economy, youth empowerment, social media

## PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang berkembang pesat dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik secara nasional maupun regional. Di era digital, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial dan desain grafis, menjadi elemen penting dalam pengembangan usaha berbasis kreativitas. Indonesia sebagai negara dengan bonus demografi memiliki potensi besar untuk mendorong sektor ekonomi kreatif melalui peran generasi muda.

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), sektor ini menyumbang lebih dari 7% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap jutaan tenaga kerja setiap tahunnya. Di tengah pesatnya perkembangan digital, subsektor seperti desain grafis, pemasaran digital, dan konten kreatif menjadi semakin relevan, terutama bagi generasi muda yang akrab dengan teknologi. Generasi muda memiliki potensi besar sebagai motor penggerak ekonomi kreatif karena memiliki kreativitas, semangat inovasi, serta keterbukaan terhadap teknologi digital. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal di berbagai daerah, termasuk Kota Padangsidimpuan.

Kota Padangsidimpuan, sebagai salah satu pusat pertumbuhan di wilayah Tapanuli Bagian Selatan, memiliki banyak potensi lokal seperti seni, kuliner, kerajinan tangan, dan budaya tradisional yang dapat dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Namun, rendahnya literasi digital dan keterampilan teknis di kalangan pemuda menjadi kendala utama dalam pengembangan potensi tersebut.

Kota Padangsidimpuan, sebagai salah satu daerah berkembang di wilayah Tapanuli Bagian Selatan, memiliki kekayaan budaya dan potensi ekonomi lokal yang besar, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, dan seni pertunjukan. Sayangnya, potensi ini belum terangkat ke tingkat yang lebih luas karena rendahnya pemanfaatan media sosial dan keterampilan desain grafis di kalangan generasi muda. Banyak pelaku usaha muda belum memiliki kemampuan dasar dalam memvisualisasikan produk, membuat konten promosi yang menarik, ataupun memahami algoritma media sosial sebagai alat pemasaran yang strategis. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk melakukan pemberdayaan secara sistematis dan berkelanjutan.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya konkret untuk meningkatkan kapasitas generasi muda, khususnya dalam bidang desain grafis dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan generasi muda melalui pelatihan yang aplikatif, agar mereka mampu menjadi pelaku aktif dalam sektor ekonomi kreatif di daerahnya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pemberdayaan generasi muda dalam konteks ekonomi kreatif. Misalnya:

1. Rahayu (2020) melakukan pelatihan ekonomi kreatif berbasis kriya di Yogyakarta dan menunjukkan peningkatan keterampilan, namun belum menyentuh aspek digital marketing dan media sosial secara mendalam.
2. Siregar & Manurung (2021) meneliti pengembangan UMKM di Sumatera Utara melalui pelatihan kewirausahaan, namun fokusnya lebih pada manajemen usaha, bukan pada penguatan kapasitas desain grafis.
3. Wulandari et al. (2022) melakukan pelatihan desain grafis untuk pelajar di Bandung, namun belum mengaitkan langsung antara keterampilan tersebut dengan pengembangan ekonomi kreatif lokal.

Dari ketiga studi tersebut, terlihat adanya kesenjangan (research gap) yaitu:

- Belum banyak penelitian atau kegiatan pengabdian yang secara khusus mengintegrasikan pelatihan desain grafis dan media sosial sebagai strategi pemberdayaan generasi muda dalam konteks lokalitas daerah seperti Padangsidimpuan.
- Masih minimnya pendekatan yang menggabungkan keterampilan teknis (desain grafis) dengan strategi promosi digital, khususnya dalam sektor informal atau usaha mikro.
- Belum ada fokus yang kuat terhadap penguatan kapasitas generasi muda sebagai pelaku utama dalam pengembangan ekonomi kreatif daerah berbasis kearifan lokal.

Melihat latar belakang dan kesenjangan tersebut, maka kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan pelatihan aplikatif kepada generasi muda di Kota Padangsidimpuan dalam bidang desain grafis dan pemanfaatan media sosial. Diharapkan melalui kegiatan ini, peserta dapat mengembangkan produk kreatif lokal dengan pendekatan visual yang menarik dan promosi yang lebih efektif di platform digital. Dengan demikian, generasi muda tidak hanya menjadi konsumen digital, tetapi juga menjadi produsen kreatif yang berdaya saing di era ekonomi digital.

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendekatan partisipatif edukatif, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas generasi muda melalui pelatihan praktis dan interaktif. Kegiatan dilaksanakan selama tiga hari berturut-turut di salah satu aula komunitas kreatif di Kota Padangsidempuan, dengan peserta berjumlah 30 orang yang terdiri dari pelajar SMA/SMK, mahasiswa, dan pelaku usaha muda lokal. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

### 1. Identifikasi dan Seleksi Peserta

Sebelum kegiatan dimulai, dilakukan penjangkaran peserta melalui pengumuman terbuka dan koordinasi dengan sekolah, kampus, serta komunitas pemuda di Kota Padangsidempuan. Peserta dipilih berdasarkan minat terhadap dunia kreatif, khususnya desain grafis dan media sosial.

### 2. Pre-Test dan Survei Awal

Dilakukan untuk mengukur pemahaman awal peserta terhadap materi yang akan diberikan, seperti pengetahuan dasar desain grafis dan cara kerja media sosial sebagai alat promosi.

### 3. Pelaksanaan Workshop

Workshop dibagi dalam dua sesi utama:

- Sesi Desain Grafis: Peserta diajarkan dasar-dasar desain menggunakan aplikasi seperti Canva dan Adobe Illustrator, termasuk prinsip desain visual, pemilihan warna, dan tipografi.
- Sesi Media Sosial: Pelatihan difokuskan pada strategi membuat konten promosi, mengenal algoritma platform seperti Instagram dan TikTok, serta cara membangun personal branding secara digital.

### 4. Simulasi dan Pendampingan

Peserta diminta membuat proyek akhir berupa konten promosi untuk produk lokal atau ide bisnis kreatif masing-masing. Kegiatan ini didampingi oleh fasilitator dari tim pelaksana.

### 5. Evaluasi dan Post-Test

Setelah pelatihan selesai, dilakukan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman serta survei evaluasi kepuasan peserta terhadap kegiatan. Selain itu, peserta diminta menyampaikan rencana tindak lanjut setelah pelatihan.

## 6. Monitoring dan Follow-up

Setelah kegiatan, tim pengabdian tetap melakukan pemantauan jarak jauh terhadap aktivitas peserta melalui grup diskusi daring selama 1 bulan untuk melihat implementasi keterampilan yang telah diperoleh.

Metode ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga membentuk keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam aktivitas ekonomi kreatif lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan “Optimalisasi Peran Generasi Muda dalam Ekonomi Kreatif melalui Workshop Desain Grafis dan Media Sosial di Kota Padangsidimpuan” telah berhasil dilaksanakan dengan partisipasi aktif dari 30 peserta yang berasal dari kalangan pelajar SMA/SMK, mahasiswa, serta pemuda pelaku UMKM lokal. Berdasarkan evaluasi kegiatan, pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam dua aspek utama: desain grafis dan pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha.

### 1. Peningkatan Kemampuan Desain Grafis

Sebelum pelatihan, hanya 20% peserta yang pernah menggunakan aplikasi desain seperti Canva, dan hampir tidak ada yang memahami prinsip dasar desain visual. Setelah sesi pelatihan, 90% peserta mampu membuat desain promosi sederhana (poster, logo, konten Instagram) dengan elemen desain yang baik seperti keseimbangan visual, kontras, dan pemilihan warna yang sesuai.

### 2. Peningkatan Pemahaman Media Sosial untuk Bisnis

Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi. Setelah pelatihan, peserta memahami cara membuat akun bisnis, menyusun strategi konten (konten harian, promosi, interaksi), serta mengukur performa posting melalui fitur *insight*. Sebanyak 85% peserta berhasil membuat dan mempublikasikan konten promosi untuk produk lokal dalam waktu dua hari setelah sesi pelatihan.

### 3. Antusiasme dan Komitmen Peserta

Sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama pelatihan, yang dibuktikan dengan keaktifan dalam diskusi, pengerjaan tugas desain, dan partisipasi dalam sesi simulasi.

Berdasarkan survei akhir, 93% peserta menyatakan puas terhadap pelatihan dan berminat melanjutkan pengembangan usaha kreatif dengan keterampilan yang telah diperoleh.

#### 4. Rencana Tindak Lanjut

Sebanyak 12 dari 30 peserta menyusun rencana bisnis kecil yang memanfaatkan desain grafis dan media sosial sebagai sarana promosi. Beberapa peserta juga berencana membentuk komunitas kreatif muda di Padangsidempuan sebagai wadah kolaborasi dan belajar bersama.

#### Rangkaian Kegiatan

1. Pra-Kegiatan
  - Survei kebutuhan pelatihan
  - Seleksi peserta
  - Pre-test dan survei pengetahuan awal
2. Hari 1: Pengenalan dan Pelatihan Desain Grafis
  - Materi desain dasar
  - Praktik membuat poster promosi produk lokal
3. Hari 2: Strategi Media Sosial
  - Pengenalan platform (Instagram, TikTok)
  - Teknik membuat konten menarik
  - Simulasi unggah konten
4. Hari 3: Proyek Akhir dan Evaluasi
  - Peserta membuat konten promosi secara mandiri
  - Penilaian karya dan diskusi terbuka
  - Post-test dan survei kepuasan
5. Pasca-Kegiatan
  - Monitoring via grup WhatsApp/Telegram
  - Rencana tindak lanjut dan pembentukan komunitas kreatif

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Optimalisasi Peran Generasi Muda dalam Ekonomi Kreatif Melalui Workshop Desain Grafis dan Media Sosial di Kota Padangsidempuan” telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang positif dan signifikan.



Pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam dua bidang utama, yaitu desain grafis dan strategi promosi digital melalui media sosial.

Sebagian besar peserta menunjukkan perkembangan kemampuan yang pesat dalam menggunakan aplikasi desain serta menyusun konten promosi yang kreatif dan sesuai target. Selain itu, antusiasme dan partisipasi aktif peserta menunjukkan bahwa generasi muda di Padangsidempuan memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku utama dalam pengembangan ekonomi kreatif daerah. Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya jejaring dan semangat kolaborasi antar peserta dalam menciptakan ekosistem kreatif yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh tim pengabdian pemberdayaan daerah ini Kota Padangsidempuan. Beberapa hal yang menjadi saran untuk peningkatan kualitas kegiatan adalah:

1. Tindak Lanjut Berkala

Diperlukan program lanjutan dalam bentuk pelatihan tingkat lanjut, pendampingan usaha, atau klinik digital marketing agar keterampilan peserta terus berkembang dan dapat diterapkan dalam jangka panjang.

2. Kolaborasi Multi-Pihak

Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal diharapkan dapat bekerja sama untuk mendukung ekosistem ekonomi kreatif berbasis pemuda, dengan memberikan akses pelatihan, permodalan, dan promosi produk lokal.

3. Penerapan Hasil Pelatihan

Peserta perlu diarahkan untuk segera menerapkan keterampilan yang diperoleh ke dalam kegiatan nyata, seperti memulai bisnis digital, mendukung UMKM lokal, atau mengembangkan portofolio desain.

4. Replikasi di Daerah Lain

Model pelatihan ini bisa direplikasi di daerah lain dengan menyesuaikan potensi lokal masing-masing, agar semakin banyak generasi muda yang berdaya di era ekonomi digital.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan FEBI UIN Syekh Ali Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan dan Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik FEBI UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dan BPS Kota Padangsidimpuan atas kerjasamanya dan partisipasinya dalam memberikan masukannya

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajijah Harahap, Budi Gautama Siregar, & Ali Hardana,. (2022). Determinan Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Subsektor Pertanian. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(1), 17-30. <https://doi.org/10.33059/Jmas.V3i1.5083>
- Al Hasyim, Y., Hamid, A., & Hardana, A. (2023). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Tahu Di Kota Padangsidimpuan. *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 731-742.
- Ali Hardana, Nurhalimah, N., & Sulaiman Efendi,. (2022). Analisis Ekonomi Makro Dan Pengaruhnya Terhadap Kemiskinan (Studi Pada Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 21-30. <https://doi.org/10.30640/Inisiatif.V1i4.370>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases* (6th ed.). Pearson.
- Batubara, D., & Hardana, A. (2024). Efektifitas Wisata Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Tapanuli Selatan. *El-Kahfi| Journal Of Islamic Economics*, 5(01), 52-60. <https://doi.org/10.58958/Elkahfi.V5i01.216>
- Bavel, R.K. 2019. *The Effect of Academic Optimism on Student Academic Achievement in Alabama*. Unpublished Dissertation.Tuscaloosa: University of Alabama
- Connecticut Comprehensive School Counseling Program. 2018. (Online). (<http://cscs.org>), Accessed on July 15th 2020.
- Dharma, N. M., Budiarta, I. K., & Arini, N. K. A. (2022). Perlindungan hukum terhadap investor dalam transaksi koin digital crypto. *Jurnal Hukum dan Konstitusi*, 9(2), 123-140. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jukonhum/article/view/8583>
- Denzim, N.K. & Lincoln, Y.S (Eds). 2019. *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Fauzan, M., Hardana, A., Nasution, A. A., & Pasaribu, M. (2021). Analisis Perbandingan Metode CAMELS Dan Metode RGEC Dalam Menilai Tingkat Kesehatan PT. Bank Panin Dubai Syariah, Tbk. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(3), 815–832. <https://doi.org/10.30651/Jms.V6i3.9998>



- Harahap, S. A., Siregar, B. G., Lubis, A., & Hardana, A. (2023). Analisis Pengimplementasian Akuntansi Aset Tetap Berdasarkan PSAK NO. 16 DI PT Cahaya Bintang Medan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(4), 175–195. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i4.8371>
- Harahap, A. H., Hasibuan, A. N., & Hardana, A. (2021). Analisis Laba Terhadap Kemampuan Membayar Zakat Bank Muamalat. *Journal Of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 237-249. <https://doi.org/10.24952/jisfim.v2i2.5017>
- Hardana, A., Hararap, N. K., Nasution, J., & Damisa, A. (2024). Business Resilience Amidst The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 12(1). <https://doi.org/10.46899/jeps.v12i1.629>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training In Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v3i1.7465>
- Hardana, A. (2024). Analisis Hubungan Pertumbuhan Ekonomi Dengan Kemiskinan Dan Belanja Modal Pemerintah Daerah, Penyerapan Tenaga Kerja, Dan Indeks Pembangunan Manusia. *Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i2.2344>
- Hardana, A., Hasibuan, L., Nasution, J., Damisa, A., Zein, A. S., & Lestari, S. (2023). Factors Affecting Muzakki's Interest In Distributing Trade Zakat Through Baznas. *Indonesian Scientific Journal Of Islamic Finance*, 2(1), 1-10. <https://doi.org/10.21093/inasjif.v2i1.7061>
- Hardana, A., Hasibuan, A. N., Siregar, S. E., Tuss, H., Harahap, D., & Hasibuan, W. I. (2023, November). Include Islamic Banking's Role As Well As Service Satisfaction, Quality, Trust, And Loyalty In The Framework Of An Integrated Islamic Financial Model. In *International Collaboration Conference On Islamic Economics* (Vol. 1, No. 01).
- Hardana, A., & Windari, W. (2023). Analisis Efikasi Pengentasan Kemiskinan. *Al-Bay': Journal Of Sharia Economic And Business*, 2(2), 99-111. <https://doi.org/10.24952/bay.v2i2.9408>
- Hardana, A. (2018). Model Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(2), 31. <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i2.1146>
- Hardana, A. (2022). Keikutsertaan Dana Zakat Dalam Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 65-74. <https://doi.org/10.35912/bukhori.v2i1.1895>
- Hardana, A. (2023). Green Economy Based On Sharia Maqashid Case Study In Sorkam Tengah Village, Sorkam District, Tapanuli Tengah District. *Paradigma*, 20(2), 320-332. <https://doi.org/10.33558/paradigma.v20i2.7103>

- Hardana, A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Dan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(4), 263-272. <https://doi.org/10.35912/Jakman.V4i4.2300>
- Hardana, A. (2024). Analisis Hubungan Pertumbuhan Ekonomi Dengan Kemiskinan Dan Belanja Modal Pemerintah Daerah, Penyerapan Tenaga Kerja, Dan Indeks Pembangunan Manusia. *Studi Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 59-68. <https://doi.org/10.35912/Sekp.V2i2.2344>
- Hardana, A. H., Lismawati Hasibuan, & Sulaiman Efendi Hasibuan,. (2023). Tax Aggressiveness, Capital Structure, Corporate Governance Dan Firm Performance. *International Journal Of Economic Research And Financial Accounting (IJERFA)*, 1(2). <https://doi.org/10.55227/Ijerfa.V1i2.28>
- Hardana, A., & Hasibuan, A. N. (2023). The Impact Of Probability, Transfer Pricing, And Capital Intensity On Tax Avoidance When Listed Companies In The Property And Real Estate Sub Sectors On The Indonesia Stock Exchange. *International Journal Of Islamic Economics*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.32332/Ijie.V5i01.6991>
- Hardana, A., & Nasution, J. (2022). Pengaruh Rasio Keuangan Pemerintah Daerah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia. *Global Financial Accounting Journal*, 6(1), 52. <https://doi.org/10.37253/Gfa.V6i1.6452>
- Hardana, A., Gautama, B., & Annam, R. (2022). Pengaruh Investasi Aktiva Tetap, Modal Kerja Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. *Al-Bay*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/Bay.V1i1.5769>
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16-22. <https://doi.org/10.59086/Jpm.V1i1.87>
- Hardana, A., Nasution, J., Damisa, A., & Nasution, Y. (2024). Business Management Training In Improving Culinary Msme Enterprises. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 3(1), 31-40. <https://doi.org/10.55927/Jpmb.V3i1.7465>
- Hardana, A., Royani, I., Situmorang, I. S., & Ariyanda, B. (2022). Financial Performance Analysis At PT. Bank Syariah Mandiri With Method Economic Value Adde (Eva). *Journal Of Islamic Financial Technology*, 1(1). <https://doi.org/10.24952/Jiftech.V1i1.5025>
- Hardana, A., Sahri, M. Z., & Ramadhan, A. (2022). Comparative Analysis Of The Profitability Of PT. Bank Panin Syariah Securities Before And After Going Public. *Journal Of Islamic Financial Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/Jiftech.V1i2.6683>
- Hardana, A., Syahuri Zein, A., Johanna, A., & Avinash, B. (2023). Factors Influencing Non-Performing Financing (NPF) In Sharia Banking. *Journal Markcount Finance*, 1(2),
- Ali Hardana, Chanra Simamora, Hasir Budiman Ritonga, Takdir Novriansyah Harahap**

87-97. <https://doi.org/10.55849/Jmf.V1i2.87>

- Hardana, A., Utami, T. W., Hasibuan, L., & Windari,. (2023). Accounting Information In Improving Corporate Values And Responsibility To Stakeholders In Cement Manufacturing Companies In Indonesia. *Journal Of Management Science (JMAS)*, 6(2), 233-231. <https://doi.org/10.35335/Jmas.V6i2.233>
- Hardana, A., Replita, R., Damisa, A., & Nasution, J. (2025). The Effect Of Advertising And Sales Promotion On Television On Brand Awareness Bukalapak On Visitors To Padangsidempuan City. *Journal Of Management Science (JMAS)*, 8(1), 331-341. <https://doi.org/10.35335/Jmas.V8i1.552>
- Hasibuan, A. N., Hardana, A., Hasibuan, L., Utami, T. W., & Siregar, S. E. (2023). Penerapan Akuntansi Publik Dalam Pertanggungjawaban Kinerja Instansi Pemerintah Di Kantor Koperasi Usaha Kecil Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 288-295. <https://doi.org/10.29407/Jse.V6i2.241>
- Hasibuan, A. N., & Hardana, A. (2024). Determinants Of Murabaha Margin Income Of Islamic Commercial Banks In Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(1), 107-121. <https://doi.org/10.46367/Jps.V5i1.1773>
- Hasibuan, A. N., Azim, N. M., Hardana, A., & Nasution, A. A. (2024). GENDER And Financial Rewards: Accounting Students'interest In A Career As A Public Accountant. *Finansia: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 7, 57-66. <https://doi.org/10.32332/Finansia.V7i1.8044>
- Indah, E., Hasibuan, A. N., Hardana, A., & Annam, R. (2021). Determinants Of Customer Loyalty. *Journal Of Sharia Banking*, 2(1). <https://doi.org/10.24952/Jsb.V2i1.4835>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*. Harvard Business Press.
- Lismawati, L., Hardana, A., Utami, T. W., & Mutiah, N. (2023). Kontribusi Data Akuntansi Biaya Terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan Dan Tanggung Jawab Pemangku Kepentingan Pada Perusahaan Manufaktur Semen Indonesia. *Etihad: Journal Of Islamic Banking And Finance*, 3(1), 1–10.
- Lubis, A., Hardana, A., & Isa, M. (2025). Kesejahteraan Masyarakat Akibat Aktivitas Ekonomi Terhadap Di Kawasan Kalangan Kabupaten Tapanuli Tengah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2). <https://doi.org/10.30651/Jms.V10i2.25778>
- Marito, N., Nofinawati, N., & Hardana, A. (2021). Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja PT. Bank Muamalat Indonesia. *Journal Of Islamic Social Finance Management*, 2(2), 190–209.
- Mintzberg, H. (1993). *Structure in Fives: Designing Effective Organizations*. Prentice-Hall.

- Nasser, A. N., Hardana, A., & Erlina, E. (2022). Effect Of Operating Costs on Operating Income (Bopo) And Non-Performing Financing (Npf) On Return On Assets (Roa) In Pt. Bank Rakyat Indonesia Syariah, Tbk For The Period 2009-2017. *Journal Of Sharia Banking*, 3(2), 136-143. <https://doi.org/10.24952/jsb.v1i2.6431>
- Nasution, J., Hardana, A., & Damisa, A. (2022). Implementasi Akad Murabahah Untuk Pembiayaan Modal Usaha Di Bank Syariah Indonesia Sapiro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 2(4). <https://doi.org/10.59818/jpm.v2i4.237>
- Nasution, J., Hardana, A., Damisa, A., & Rasyid, A. (2022). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(5), 271-280. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i5.927>
- Nasution, K. A., Hasibuan, S. S., Utami, A., Hasibuan, F., Ardiansyah, F., & Hardana, A. (2022). Strategi LPTQ Dalam Meningkatkan Kualitas SDM Yang Unggul Dan Qur'ani. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(3), 187-197. <https://doi.org/10.58707/jipm.v2i3.353>
- Nasution, A. S., Safitri, R. A., Saleh, I., Hardana, A., Simamora, C., & Nasution, E. (2025, May). Determinants Of Service Use Decisions For J&T Express Users In Padangsidempuan City. In *Proceedings Of International Conference On Islamic Economic Finance And Social Finance* (Vol. 6, No. 1, Pp. 26-33).
- Nurhudawi, N., Zein, A. S., & Hardana, A. (2023). Strategy For Increasing Financial Accountability In Wakaf Management In Islamic Religious Organizations In North Sumatera. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 11(2), 188-201. <https://doi.org/10.24952/masharif.v1i2.10124>
- Nur Mutiah, Ali Hardana, & Try Wahyu Utami,. (2023). Analysis Of Batik Marketing Management In South Tapanuli Regency. *International Journal Of Economic Research And Financial Accounting (IJERFA)*, 1(3). <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v1i3.31>
- Replita, R., Hardana, A., Effendi, N., Ophiyandri, T., & Miko, A. (2025). Pengaruh Modal Insani Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UKM Kota Padangsidempuan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 3425-3443. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.6093>
- Replita, R., Effendi, N., Ophiyandri, T., Miko, A., & Hardana, A. (2025). Pengembangan Julio-Julio Dalam Meningkatkan Ekonomi Pedagang Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i2.25795>
- Sallim Asrobi Harahap, Budi Gautama Siregar, Aswadi Lubis, & Ali Hardana,. (2023). Analisis Pengimplementasian Akuntansi Aset Tetap Berdasarkan Psak No. 16 Di Pt Cahaya

- Bintang Medan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(4), 175-195.  
<https://doi.org/10.33059/jmas.V4i4.8371>
- Sioe, L., & Tanaya, I. G. (2024). Regulasi hukum cryptocurrency dan pencegahan tindak penyalahgunaannya di Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya*, 12(3), 201-218.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/97320>
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group
- Sofiyah, A., Ritonga, K., Aini, I., & Hardana, A. (2020). Analysis Of The Role Of The Manindo Siabu Cooperative Partners In Increasing The Income Of Cooperative Members (Case Study In Simaninggir Village). *Journal Of Sharia Banking*, 1(1).  
<https://doi.org/10.24952/jsb.V1i1.4683>
- Sriwanna, E., Harahap, I., Windari, W., & Hardana, A. (2020). The Effect Of Knowledge On Voting Interest Products Pt. Mandiri Sharia Bank Padangsidempuan (Case Study To Guru Al-Azhar Bi. *Journal Of Sharia Banking*, 1(1).  
<https://doi.org/10.24952/jsb.V1i1.4676>
- Thistanti, N. M. N., Sugiarta, I. M., & Arthanaya, I. G. (2022). Kajian yuridis mengenai legalitas cryptocurrency di Indonesia. *Jurnal Hukum Prehumas*, 8(2), 89-105.  
<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/4592>
- Yana, D., Windari, W., Hardana, A., & Hasibuan, A. N. (2020). Analysis Of The Determinants Of Third Party Funds PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Journal Of Sharia Banking*, 1(2). <https://doi.org/10.24952/jsb.V1i2.4745>
- Windari, W., Hardana, A., Hutagalung, M. W. R., Lestari, S., & Fitrah, F. (2023). Does Reading Increase The Younger Generation's Intention To Use Islamic Non-Bank Financial Products?. *Al-Kharaj: Journal Of Islamic Economic And Business*, 5(4). <https://doi.org/10.24256/kharaj.V5i4.4383>.