

**USULAN PROPOSAL**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**Judul Pengabdian:**  
**Sosialisasi Legalitas Merek Usaha Dan Pendampingan Pengelolaan Manajemen Usaha**  
**Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi**

**Dibiayai oleh:**  
**Dipa Universitas Muhammadiyah Jambi tahun anggaran 2022/2023**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI**  
**2022**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
RINGKASAN.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Analisis Situasi.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Dan Manfaat.....	3
1.3.1 Tujuan Pengabdian masyarakat .....	3
1.3.2 Manfaat Pengabdian masyarakat .....	3

### BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Target .....	4
2.2 Output.....	4

### BAB III METODE PELAKSANAAN

3.1 Perencanaan Kegiatan .....	6
3.2 Pelaksanaan Kegiatan.....	6

### BAB IV BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN

4.1 Biaya.....	11
4.2 Jadwal Kegiatan .....	11

### DAFTAR PUSTAKA

### BIODATA PENGUSUL

### LAMPIRAN MAP LOKASI PKM

## **RINGKASAN**

Kegiatan PKM dilaksanakan di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi dengan target pelaku usaha UMKM perwakilan dari 5 (lima) Kelurahan di Kecamatan Danau Sipin. Pelaku usaha tersebut meliputi pelaku usaha souvenir, catering, jasa bengkel, fashion, snack dan jajan tradisional. Kegiatan PKM dilaksanakan dengan tujuan memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai faktor-faktor pendukung kegiatan usaha yaitu faktor legalitas merek usaha, manajemen usaha dan peran teknologi dalam pemasaran agar kegiatan usaha yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada profit semata, melainkan kegiatan usaha dapat terus berkembang di masa mendatang dengan memperhatikan dan menerapkan faktor pendukung kegiatan usaha. Dengan demikian kegiatan PKM diselenggarakan berupa sosialisasi mengenai legalitas usaha khususnya mengenai merek dan legalitasnya serta sosialisasi mengenai manajemen usaha khususnya mengenai strategi pemasaran dan peran teknologi dalam kegiatan usaha. Sosialisasi tersebut disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap. Pertama tahap persiapan meliputi pra-survei, pembentukan tim, pembuatan dan pengajuan proposal, koordinasi tim dan mitra serta persiapan alat dan bahan pelatihan. Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan program berupa sosialisasi. Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan (pemaparan materi) dan kegiatan diskusi. Tahap ketiga yaitu tahap evaluasi dan pelaporan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program dengan metode wawancara dan observasi. Setelah itu, dilakukan penyusunan laporan untuk selanjutnya dilakukan publikasi.

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi berupa pengenalan merek usaha dan legalitasnya, pengenalan merek sebagai strategi pemasaran, pengenalan mekanisme strategi pemasaran dan peran teknologi dalam pemasaran guna peningkatan penjualan. Hasil dan luaran kegiatan setelah dilaksanakan sosialisasi yaitu pertama, pelaku usaha mengalami peningkatan pemahaman mengenai fungsi merek dan legalitas merek. Selain itu terdapat pelaku usaha yang mulai menerapkan pendaftaran merek legalitas usahanya sebagai upaya memperoleh perlindungan hukum terhadap mereknya. Kedua, pelaku usaha juga mengalami peningkatan pemahaman mengenai merek sebagai strategi pemasaran dan pelaku usaha menerapkan pembuatan merek yang menarik dan “menjual” bagi produk dan jasanya. Ketiga, pelaku usaha mengalami peningkatan pemahaman mengenai mekanisme strategi pemasaran dan pelaku usaha telah menerapkan media elektronik sebagai sarana promosi dan pemasaran guna peningkatan penjualan. Dengan dilaksanakannya program ini, maka terjadi perbaikan tatanan nilai masyarakat di bidang pendidikan khususnya bidang ilmu hukum ekonomi, manajemen pemasaran dan peran teknologi dalam pemasaran.

Kata Kunci : Legalitas Merek Usaha, Manajemen Usaha dan Teknologi Pemasaran, Sosialisasi.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang dan Analisis Situasi

Rencana pengabdian kepada masyarakat yang akan Tim kami laksanakan berlokasi di Kecamatan Danau Sipin. Kecamatan tersebut, terdiri dari 5 (lima) kelurahan meliputi Kelurahan Sungai Putri, Kelurahan Legok, Kelurahan Solok Sipin, Kelurahan Selamat dan Kelurahan Murni. Secara geografis, Kecamatan Danau Sipin berada di wilayah administrasi Kota Jambi Provinsi Jambi, dengan batas utara berbatasan dengan Sungai Batanghari, batas selatan berbatasan dengan Kecamatan Jelutung dan Kecamatan Kota baru, batas barat berbatasan dengan Kecamatan Kecamatan Telanaipura dan batas timur berbatasan dengan Kecamatan Pasar Jambi. Kantor kecamatan berlokasi di Jl. Prof. DR. Hamka, Murni, Kec. Danau Sipin, Kota Jambi. Adapun kepadatan penduduk di wilayah Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi dapat digambarkan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Penduduk, Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk

Dirinci per Kelurahan di Kecamatan Danau Sipin, 2021.

Kelurahan Urban Villages	Penduduk Population	Luas Wilayah Area (Km <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk Density (per Km <sup>2</sup> )
(1)	(2)	(3)	(4)
Selamat	8 072	1,40	5 765
Sungai Putri	8 109	1,59	5 100
Legok	9 676	3,41	2 873
Murni	5 105	0,36	14 180
Solok Sipin	12 413	1,12	11 083
Jumlah Total	43 375	7,88	5 504

Sumber : Proyeksi Penduduk, Badan Pusat Statistik Kota Jambi

Source : *Population Projection, Statistics of Jambi City*

Kecamatan Danau Sipin mempunyai luas 7,88 Km<sup>2</sup>, yang terdiri dari 5 kelurahan dengan Rukun Tetangga (RT) sebanyak 151 RT. Jumlah penduduk dalam Kecamatan Danau Sipin sampai dengan bulan Desember 2021 adalah 43.375 Jiwa, dengan jumlah penduduk laki laki sebesar 21.849 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebesar 21.526 jiwa sebagian besar penduduk Kecamatan Danau Sipin bermata pencaharian disektor pertanian, perdagangan dan jasa. Masyarakat di kecamatan Danau Sipin tidak sedikit pula yang berprofesi sebagai pengusaha khususnya pelaku usaha UMKM seperti pelaku usaha souvenir, pelaku usaha bengkel, pelaku usaha snack & catering, dan lain sebagainya.

Terdapat pelaku usaha UMKM yang masih bersifat merintis kegiatan usaha namun ada pula pelaku usaha yang telah lama melakukan kegiatan usaha namun usahanya belum dapat berkembang dengan baik. Berdasarkan pra-survey di lapangan menunjukkan bahwa, tingginya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha belum disertai dengan pemahaman faktor-faktor pendukung dalam melakukan kegiatan bisnis seperti faktor legalitas dan faktor manajemen usaha sehingga pelaku usaha hanya fokus pada profit semata tanpa memperhatikan faktor-faktor pendukung usaha.

Berdasarkan ilustrasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha UMKM membutuhkan pemahaman mengenai manajemen usaha dan serta legalitas usaha untuk mendukung kegiatan usaha agar dapat berkembang dengan baik kedepannya. Dengan demikian pelaku usaha UMKM di kecamatan Danau Sipin perlu diberikan penyuluhan terkait dengan manajemen usaha yaitu strategi pemasaran, karena mayoritas pelaku usaha belum memahami bagaimana strategi dalam memasarkan produk barang maupun jasa agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang sejenis.

Selanjutnya, pelaku usaha juga perlu diberikan penyuluhan mengenai pentingnya pemberian merek pada produk barang/jasa yang dimiliki, karena selain sebagai tanda pembeda, merek juga memiliki fungsi penting sebagai hak kepemilikan agar merek yang dimiliki terhindar dari penjiplakan/peniruan oleh pelaku usaha lain. Fungsi inilah yang belum diketahui oleh pelaku usaha sebagai legalitas merek, karena berdasarkan pemahaman pelaku usaha merek hanya sekedar tanda pembeda saja.

Pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan fokus pada pelaku usaha UMKM di Kecamatan Danau Sipin sebagai target program dengan tujuan agar pelaku usaha UMKM mendapatkan pemahaman mengenai legalitas (merek) dan manajemen pengelolaan usaha (manajemen pemasaran) sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan.

## 1.2 Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisa situasi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan beberapa permasalahan mitra. Permasalahan tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 2**  
**Permasalahan Mitra**

<b>Permasalahan Mitra Pelaku Usaha UMKM</b>	
<b>Aspek Legalitas Usaha</b>	<b>Aspek Manajemen Usaha</b>
Beberapa pelaku usaha belum memiliki merek dagang/jasa serta belum mengetahui fungsi merek dalam kegiatan usaha	Belum adanya pemahaman manajemen usaha yang baik khususnya mengenai strategi pemasaran serta pemanfaatan teknologi sehingga pelaku usaha belum dapat mengembangkan usahanya secara optimal.
Belum adanya pemahaman mengenai legalitas usaha khususnya legalitas merek, sehingga merek yang dimiliki pelaku usaha UMKM rentan dijiplak/ditiru oleh pihak lain.	

## 1.3 Tujuan Dan Manfaat

### 1.3.1 Tujuan Pengabdian masyarakat

1. Memberikan pemahaman kepada peserta tentang legalitas merek dagang.
2. Memberikan pemahaman tentang Teknik manajemen usaha yang baik menurut beberapa ahli yang telah berpengalaman
3. Memberikan materi praktek (penerapan) dalam pemberian manajemen usaha yang baik terhadap UMKM khususnya dalam era digitalisasi.

### 1.3.2 Manfaat Pengabdian Masyarakat

Adapun manfaat dari kegiatan ini adalah:

1. Membantu pelaku usaha dalam menambah wawasan tentang legalitas merek usaha serta peran merek dalam promosi usaha.
2. Peserta bisa merancang dan membuat konsep merek sendiri sesuai dengan usaha yang ditekuni.
3. Peserta bisa menerapkan beberapa teori tentang manajemen usaha yang baik dan promosi yang baik khususnya dalam era digitalisasi media saat ini.

## BAB II

### SOLUSI DAN TARGET LUARAN

#### 2.1 Solusi Permasalahan

Solusi dari program PKM disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun solusi tersebut meliputi :

**Tabel 3**  
**Permasalahan dan Solusi bagi Mitra**

No.	Mitra	Permasalahan	Solusi
1.	Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beberapa pelaku usaha belum memiliki merek dagang/jasa serta belum mengetahui fungsi merek dalam kegiatan usaha</li><li>• Belum adanya pemahaman mengenai legalitas usaha khususnya legalitas merek, sehingga merek yang dimiliki pelaku usaha UMKM rentan dijiplak/ditiru oleh pihak lain.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Sosialisasi pengenalan merek beserta fungsinya dalam kegiatan usaha</li><li>✓ Sosialisasi legalitas merek sebagai perlindungan hukum</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Belum adanya pemahaman manajemen usaha khususnya mengenai <b>strategi pemasaran</b> sehingga pelaku usaha belum dapat mengembangkan usahanya secara Optimal</li><li>• Belum maksimalnya penggunaan teknologi dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk UMKM</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Sosialisasi merek sebagai strategi pemasaran</li><li>✓ Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan</li></ul>

#### 2.2 Target Luaran

Berdasarkan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra, maka target luaran yang akan dicapai meliputi :

**Tabel 4**  
**Target Luaran Program PKM**

<b>Mitra</b> <b>(Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pedurungan)</b>	
<b>Solusi</b>	<b>Jenis Luaran</b>
<b>Aspek Hukum Ekonomi :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sosialisasi pengenalan merek beserta fungsinya dalam kegiatan usaha</li> <li>Sosialisasi legalitas merek sebagai perlindungan hukum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peningkatan pemahaman mengenai merek dan legalitas merek sebagai perlindungan hukum</li> <li>Penerapan merek dan pendaftaran merek dagang/jasa</li> </ul>
<b>Aspek Manajemen Usaha:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sosialisasi mengenai merek sebagai strategi pemasaran</li> <li>Sosialisasi mengenai mekanisme strategi pemasaran</li> <li>Sosialisasi mekanisme peran teknologi dalam pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peningkatan pemahaman merek sebagai strategi pemasaran</li> <li>Peningkatan pemahaman mekanisme strategi pemasaran dalam kegiatan usaha</li> <li>Penerapan strategi pemasaran dalam kegiatan usaha di era digital</li> </ul>

Berdasarkan luaran yang ditargetkan, maka rencana capaian luaran dari program PKM dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 5**  
**Rencana Target Capaian Luaran**

<b>No.</b>	<b>Jenis Luaran</b>	<b>Indikator Capaian</b>
<b>Luaran Wajib</b>		
1.	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding	Tidak ada
2.	Publikasi pada media cetak/ <i>online</i> / <i>repocitory</i> PT	Ada
3.	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk atau sumber daya lainnya)	ada
4.	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Tidak ada
5.	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Ada
<b>Luaran Tambahan</b>		
1.	Publikasi di jurnal internasional	Tidak ada
2.	Jasa, rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	Tidak ada
3.	Inovasi baru	Tidak ada
4.	Hak Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Tidak ada
5.	Buku ber ISBN	Tidak ada



## BAB III

### METODE PELAKSANAAN

#### 3.1 Tahapan Kegiatan

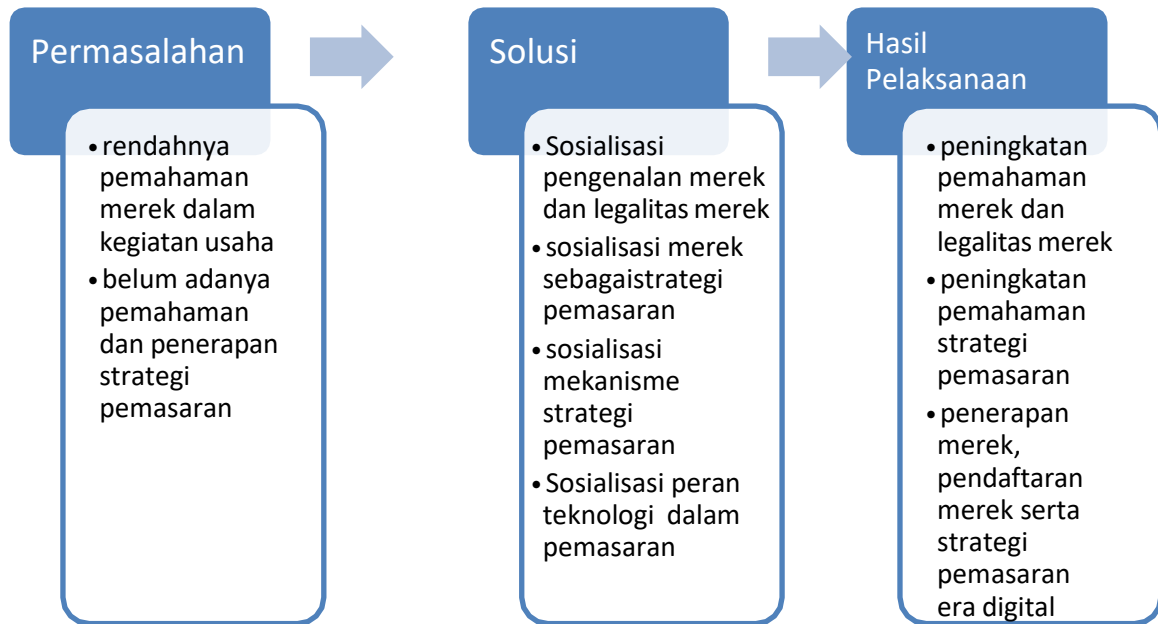
Tahapan kegiatan program PKM dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 6**  
**Tahapan Kegiatan Program PKM**

<b>Tahap Persiapan</b>	
Pra-Survei	Identifikasi permasalahan & kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra)
Pembentukan Tim PKM	Pembentukan Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra
Koordinasi Tim & Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>job description</i> dari Tim & Mitra
Persiapan Alat & Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
<b>Tahap Pelaksanaan</b> <b>(Kegiatan Dilaksanakan di Lokasi Mitra)</b>	
Sosialisasi pengenalan merek usaha dan legalitas merek dalam kegiatan usaha	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (60 menit)
Sosialisasi merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (60 menit)
Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (60 menit)
Sosialisasi strategi pemasaran dalam era digital	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (60 menit)
<b>Evaluasi Program</b>	
Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program	
<b>Pelaporan</b>	
Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program PKM untuk kemudian dilakukan publikasi	

Adapun tahapan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dapat dilihat berdasarkan kerangka pemecahan masalah gambar berikut :

**Gambar 1**  
**Tahapan Pelaksanaan Solusi Permasalahan Mitra**



### 3.2 Metode Pendekatan

Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi :

#### 1. Sosialisasi

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra pelaku usaha UMKM di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi. Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra yaitu aspek hukum legalitas merek dan aspek manajemen pemasaran. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha. Adapun materi yang akan disampaikan pada mitra meliputi :

**Tabel 7**  
**Materi Program PKM**

No.	Pemateri	Materi Program
1.	Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E.	Pengenalan tentang merek sebagai wajah produk usaha dan legalitas merek sebagai legalitas hukum dalam kegiatan usaha
2.	Rika Neldawaty, S.E., M.S.Ak.AK.,CA.	Strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa
3.	Abd. Halim, S.E, M.E.	Merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan bisnis
4.	Geiskha Erwin, S.E., M.E.	Mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa
5.	Agung Sandi, S.Kom.	Pemanfaatan teknologi di bidang pemasaran, manfaat dari pemasaran era digital dan product branding

## 2. Diskusi

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar *transfer knowledge* saja melainkan dapat *sharing* pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

### 3.3 Partisipasi Mitra

Mitra PKM yang merupakan pelaku usaha UMKM di Kecamatan Danau Sipin yang terdiri dari perwakilan pelaku usaha UMKM di masing-masing kelurahan dalam lingkup Kecamatan Danau Sipin. Pelaku usaha tersebut terdiri dari pelaku usaha *souvenir*, pelaku usaha *catering*, pelaku usaha jajan pasar, dan lain sebagainya. Partisipasi mitra dalam program PKM meliputi :

1. Mitra sebagai penyedia tempat untuk penyelenggaraan kegiatan sosialisasi yaitu bertempat di Kecamatan Danau Sipin.
2. Mitra berperan sebagai peserta sosialisasi dan aktif berperan dalam kegiatan diskusi / tanya jawab.
3. Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program PKM meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan.

### 3.4 Evaluasi Program

Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan *progress* dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan. Secara rinci, evaluasi program dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 8**  
**Evaluasi Pelaksanaan Program PKM**

No.	Program	Indikator	Kriteria	Instrumen
1.	Sosialisasi Pengenalan Merek dan Legalitas Merek	Pemahaman mitra mengenai merek dagang/jasa dalam kegiatan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Peningkatan pemahaman mengenai merek</li><li>• Peningkatan pemahaman legalitas merek</li><li>• Pendaftaran merek</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observasi</li><li>• Wawancara</li></ul>
2.	Sosialisasi merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha	Pemahaman mitra mengenai merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha	<ul style="list-style-type: none"><li>• Peningkatan pemahaman merek sebagai strategi pemasaran</li><li>• Penerapan pembuatan merek</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observasi</li><li>• Wawancara</li></ul>
3.	Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa	Pemahaman mitra mengenai mekanisme strategi pemasaran dalam kegiatan usaha	<ul style="list-style-type: none"><li>• Peningkatan pemahaman mekanisme strategi pemasaran</li><li>• Penerapan strategi pemasaran dalam kegiatan usaha</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observasi</li><li>• Wawancara</li></ul>

4.	Sosialisasi peran teknologi dalam pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa UMKM	Pemahaman tentang product branding dalam era digital menggunakan media sosial yang ada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan pemahaman mekanisme digitalisasi pemasaran</li> <li>• Penerapan pemahaman peran teknologi dalam pemasaran dalam kegiatan usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observasi</li> <li>• Wawancara</li> </ul>
----	---	---	--	--

### 3.5 Keberlanjutan Program

Setelah keseluruhan program selesai dilaksanakan, maka penting untuk direncanakan keberlanjutan program tersebut. Adapun keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan, meliputi :

- a. Monitoring kegiatan pembuatan merek dan pendaftaran merek dagang/ jasa
- b. Monitoring kegiatan penerapan strategi pemasaran dalam kegiatan usaha
- c. Sosialisasi pemasaran online dalam kegiatan bisnis beserta aspek hukumnya bagi mitra

## BAB IV

### BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan **Sosialisasi Legalitas Merek Usaha Dan Pendampingan Pengelolaan Manajemen Usaha Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi** ini direncanakan selama 3 bulan. Adapun biaya dan jadwal pelaksanaan dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2 berikut;

#### 4.1. Biaya

Ringkasan anggaran biaya meliputi: honorarium pembicara pelatihan, bahan habis pakai dan peralatan, perjalanan (*termasuk biaya seminar hasil, pelatihan*), Lain-lain (*publikasi, laporan, dll*).

**Tabel 1. Rekap Anggaran Biaya Kegiatan**

No	Jenis Kegiatan	Biaya yang Diusulkan (Rp)
1	Honorarium pembicara pelatihan	1.000,000
2	Bahan habis pakai dan peralatan	1.000,000
3	Perjalanan	1,000,000
4	Lain-lain	
	A. Publikasi	500,000
	B. Laporan	500,000
	C. Pelatihan	1,000,000
<b>Total biaya</b>		<b>5,000,000</b>

#### 4.2. Jadwal Kegiatan

Jadwal Pelaksanaan PkM yang dikonsep menjadi Pe Sosialisasi Legalitas Merek Usaha Dan Pendampingan Pengelolaan Manajemen Usaha Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi sbb :

**Tabel 2. Jadwal Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

No	Nama Kegiatan	Tahun 2022											
		Februari				Maret				April			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Persiapan dan Peninjauan ke lapangan (koordinasi dengan mitra)												
2	Persiapan materi dan bahan												
3	Proses desain dan pembuatan Modul/Materi Pembelajaran												
4	Sosialisasi mapping peserta												
5	Uji coba dalam pelatihan proses Pemberian layanan												
6	Pelatihan Manajemen dan Pendampingan												
7	Evaluasi												
8	Pembuatan Laporan												

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

Bangsawan, Satria, 2016. *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil*. Yogyakarta : Graha Ilmu  
Hasibuan, H.Malayu S.P, 2011. *Manajemen, Dasar, pengertian dan Masalah*. Jakarta :  
Bumi Aksara

### **Jurnal Ilmiah**

Dian Latifiani, Waspiah Waspiah, Ridwan Arifin dan Dyah Maya. 2021. *Peningkatan Pemahaman Urgensi Merek Dagang di Alisa Pemalang*. Semarang : Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (JPHI) Vol.4, No.1

Mery Oky Zufi Yanti dan Hendri Sukotjo. 2016. *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua*. Surabaya : Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen STIE Ekonomi Indonesia. Vol.5 No.5

### **Peraturan Perundang-undangan**

Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

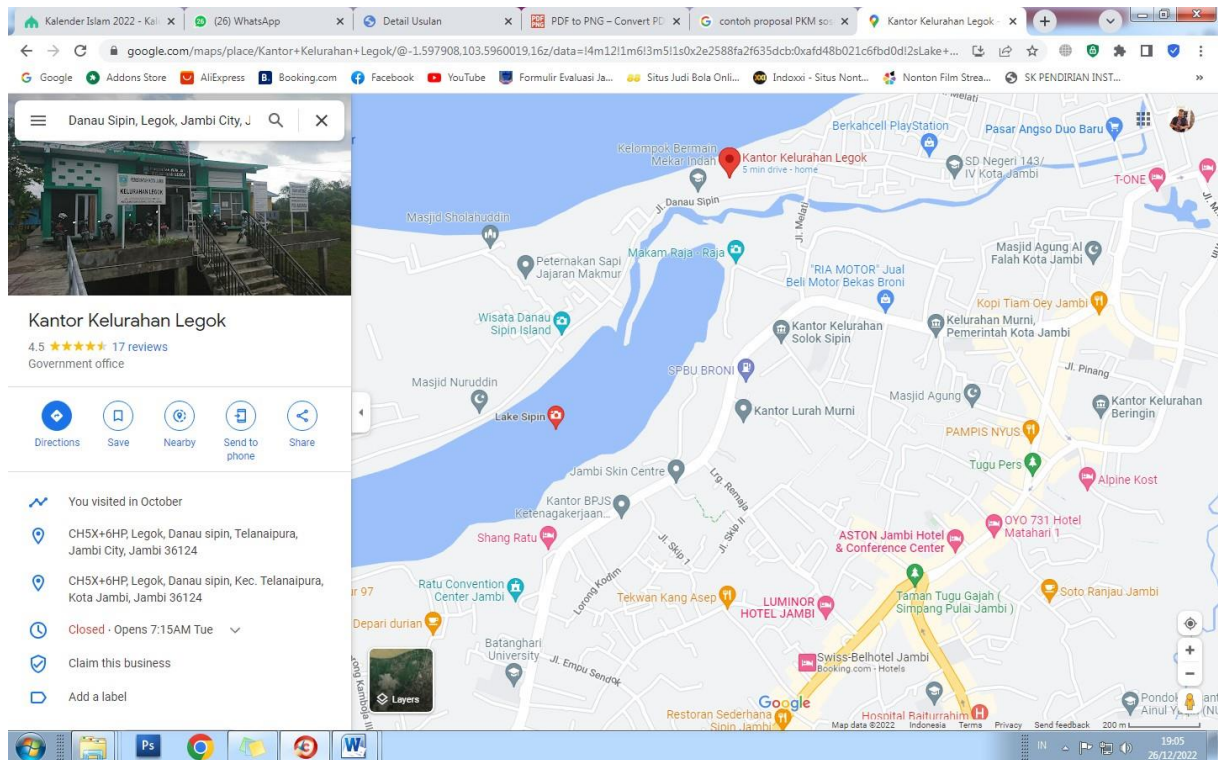
### **Website**

<http://jambi.kemenkumham.go.id/>

<https://dgip.go.id/>

## Peta Lokasi Wilayah Mitra

Lokasi pelaksanaan kegiatan dengan informasi map Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi.



Gambar 9. Peta yang menunjukkan Map wilayah kecamatan Danau Sipin Kota Jambi



## BIODATA KETUA PENGUSUL

### a. Data Pribadi

1. Nama : Indria Mayesti
2. NIDK : 8885130017
3. Tempat & Tanggal Lahir : Jambi, 11 mei 1975
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Status Perkawinan : Kawin
6. Agama : Islam
7. Golongan / Pangkat : IV/b
8. Jabatan Akademik : Lektor
9. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
10. Alamat Perguruan Tinggi : Jl. Kapt Patimura Simpang IV Sipin Telanaipura  
Jambi
11. Nomor Telepon : 082370678888
12. Alamat Rumah : Jl. Kenali Jaya RT.15 No.154/A Kelurahan Kenali Besar  
Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi
13. Nomor Telepon Genggam : 082370678888
14. Alamat *e-mail* : indriamayesti.dr@umjambi.ac.id
15. NIP/NIK : 197505112011012001

### b. Riwayat Pendidikan

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI			
Tahun Lulus	Program Pendidikan (diploma, sarjana, magister, spesialis, dan dokter)	Perguruan Tinggi	Jurusan/Program Studi
2022	Doktor	Universitas Jambi	Ilmu Ekonomi/ Ekonomi Pembangunan
2010	Magister	Universitas Jambi	Ilmu Ekonomi/ Ekonomi Pembangunan
2002	Sarjana	Universitas Jambi	Ilmu Ekonomi/ Ekonomi Pembangunan

### c. Riwayat Pelatihan/Keahlian/Keilmuan

PELATIHAN PROFESIONAL/KEILMUAN/KEAHLIAN				
Tahun	Jenis Pelatihan (Dalam/Luar Negeri)	Penyelenggara/ Penerbit Sertifikat	Sertifikat	Jangka Waktu
2010	Diklat Prajabatan CPNS Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2011	MOT BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2011	Diklat Calon Widyaiswara Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2012	TOT Penyusunan Sistem Akuntansi Daerah Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2012	Diklat Substansi SOP dalam	Pemerintah Provinsi	√	

PELATIHAN PROFESIONAL/KEILMUAN/KEAHLIAN				
Tahun	Jenis Pelatihan (Dalam/Luar Negeri)	Penyelenggara/ Penerbit Sertifikat	Sertifikat	Jangka Waktu
	Organisasi BPSDM Provinsi Jambi	Jambi		
2012	TOT Penatausahaan Aset Daerah Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2013	TOT Subtansi Materi Sekretaris Desa bagi Aparatur di Lingkungan Pemerintah Daerah	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2014	TOF Pendidikan dan Pelatihan Prajabatan PolaBaru di BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2013	Diklat Subtansi Materi PIM III BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2014	Diklat Penjenjangan Muda BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2018	Workshop Penulisan KTI bagi Widyaiswara BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2018	TOT modul ekonomi dan keuangan daerah Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2018	Bimbingan teknis penyusunan DUPAK bagi widyaiswara BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2019	TOT Pendampingan BUMDES	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2020	TOT Taplai Kebangsaan Lemhannas-RI	Lemhannas-RI	√	
2021	Workshop Latsar CPNS Blended Learning	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2021	Bintek Pengemb. Komp. Pembelajaran	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2021	Pelatihan e-learning bagi ASN BPSDM Provinsi Jambi	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2021	Workshop Fasilitator PKP	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2021	Pelatihan WI Lenial	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2021	Pulic Training Latsar CPNS Colaborative	Pemerintah Provinsi Jambi	√	
2022	Workshop Fasilitator PKA	Pemerintah Provinsi Jambi	√	

Ketua Tim Pengusul,-

Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E.