

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI



SOSIALISASI LEGALITAS MEREK USAHA DAN
PENDAMPINGAN PENGELOLAAN MANAJEMEN USAHA
BAGI PELAKU USAHA UMKM DI KECAMATAN DANAU SIPIN
KOTA JAMBI

Oleh :

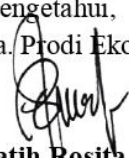
Dr. Indria Mayesti, S.E.,M.E.	NIDK. 8885130017
Rika Neldawaty, S.E., M.S.Ak.AK.,CA.	NIDN. 1010017902
Abd. Halim, S.E., M.E.	NIDN. 1005078906
Geiskha Kalista, S.E., M.E.	NBK. 22307502
Agung Sandi, S.Kom.	NBK. 17307503

PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI
TAHUN 2022/2023


HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian :
2. Tim Pengabdian Masyarakat :
 - A. Ketua Tim PKM :
 - a) Nama : Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E.
 - b) NIDK : 8885130017
 - c) Jabatan Fungsional : Lektor
 - d) Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - e) Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
 - B. Anggota :
 - a) Nama : Rika Neldawaty, S.E., M.S.Ak., AK.CA.
 - b) NIDN : 1010017902
 - c) Jabatan Fungsional : Lektor
 - d) Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - e) Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
 - C. Anggota :
 - a) Nama : Abd. Halim, S.E., M.E.
 - b) NIDN : 1005078906
 - c) Jabatan Fungsional : Lektor
 - d) Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - D. Anggota :
 - a) Nama : Geiskha Kalista Erwin, S.E., M.E. (Staf/Asisten Dosen)
 - b) NBK : 22307502
 - c) Jabatan Fungsional : -
 - d) Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - E. Anggota :
 - a) Nama : Agung Sandi, S.Kom. (Staf/Asisten Dosen)
 - b) NBK : 17307503
 - c) Jabatan Fungsional : -
 - d) Program Studi : Sistem Informasi
3. Lokasi Kegiatan : Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi
4. Lama Pelaksanaan Kegiatan : 3 Bulan
5. Biaya Total Pengabdian : Rp. 3.000.000,-
 - a. Dana Pribadi : Rp. 1.700.000,-
 - b. Dana UM Jambi : Rp. 1.300.000,-



Mengetahui,
Ka. Prodi Ekonomi Pembangunan


Ratih Rosita, S.E., M.E.
NIDN. 1011118603

Jambi, Juli 2023
Ketua Pengabdian


Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E.
NIDK. 8885130017

Menyetujui,
Kepala LPPM Universitas Muhammadiyah Jambi



Prima Andia Daniel, S.E., M.E.
NIDK. 8852530017

DAFTAR ISI

Halaman sampul.....	i
Ringkasan.....	ii
Daftar isi.....	iii
Daftar tabel.....	iv
Daftar gambar	v
Daftar lampiran	vi
 BAB 1 Pendahuluan.....	 7
1.1 Analisi Situasi	7
1.2 Permasalahan Mitra	8
 BAB 2 Solusi dan Target Luaran.....	 10
2.1 Solusi Permasalahan	10
2.2 Target Luaran Kegiatan	10
 BAB 3 Metode Pelaksanaan	 12
3.1 Tahapan Kegiatan	12
3.2 Metode Pendekatan.....	13
3.3 Partisipasi Mitra	14
3.4 Evaluasi Program	14
3.5 Keberlanjutan Program	15
 BAB 4 Studi Kelayakan Perguruan Tinggi	 16
4.1 Kinerja Lembaga PKM.....	16
4.2 Jenis Kepakaran	16
 BAB 5 Hasil dan Luaran yang dicapai	 18
BAB 6 Kesimpulan & Saran.....	24
6.1 Kesimpulan	24
6.2 Saran	25
 Referensi	 26
Lampiran	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penduduk Menurut Luas wilayah dan kepadatan penduduk	7
Tabel 2 Permasalahan Mitra	9
Tabel 3 Permasalahan dan Solusi bagi Mitra	10
Tabel 4 Target Luaran Program PKM	10
Tabel 5 Rencana Target Capaian Luaran	11
Tabel 6 Tahapan Kegiatan Program PKM	12
Tabel 7 Materi Program PKM	13
Tabel 8 Evaluasi Pelaksanaan Program PKM	15
Tabel 9 Susunan Organisasi Tim Pengusul dan Pembagian Tugas	16
Tabel 10 Susunan Acara PKM	18
Tabel 11 Luaran Kegiatan yang Telah Tercapai	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan Solusi Permasalahan Mitra	13
Gambar 2 Pemaparan Materi kepada Peserta	22
Gambar 3 Antusias Peserta Saat Diskusi	22
Gambar 4 Tim PKM Bersama Peserta	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Ketua Tim Pengusul	27
Lampiran 2 Biodata Anggota Tim Pengusul 1	31
Lampiran 3 Biodata Anggota Tim Pengusul 2	34
Lampiran 4 Surat Tugas Pelaksanaan Program	38
Lampiran 5 Materi Program PKM	39
Lampiran 6 Daftar Hadir Peserta PKM	42

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 1

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 diwilayah 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, 2022

Kelurahan Urban Villages	Penduduk Population	Luas Wilayah Area (Km ²)	Kepadatan Penduduk Density (per Km ²)
(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 Km², 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 pengusahakhususnya 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

Permasalahan Mitra Pelaku Usaha UMKM	
Aspek Legalitas Usaha	Aspek Manajemen Usaha
Beberapa pelaku usaha belum memiliki merek dagang/jasa serta belum mengetahui fungsimerk 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.	

BAB 2

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"> Beberapa pelaku usaha belum memiliki merek dagang/jasa serta belum mengetahui fungsi merek dalam kegiatan usaha Belum adanya pemahaman mengenai legalitas usaha khususnya legalitas merek, sehingga merek yang dimiliki pelaku usaha UMKM rentan dijiplak/ditiru oleh pihak lain. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sosialisasi pengenalan merek beserta fungsinya dalam kegiatan usaha ✓ Sosialisasi legalitas merek sebagai perlindungan hukum
		<ul style="list-style-type: none"> Belum adanya pemahaman manajemen usaha khususnya mengenai strategi pemasaran sehingga pelaku usaha belum dapat mengembangkan usahanya secara Optimal Belum maksimalnya penggunaan teknologi dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sosialisasi merek sebagai strategi pemasaran ✓ Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan

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

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

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

Tabel 5
Rencana Target Capaian Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1.	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding	Tidak ada
2.	Publikasi pada media cetak/ <i>online</i> / <i>repository</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
Luaran Tambahan		
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 3

METODE PELAKSANAAN

3.1 Tahapan Kegiatan

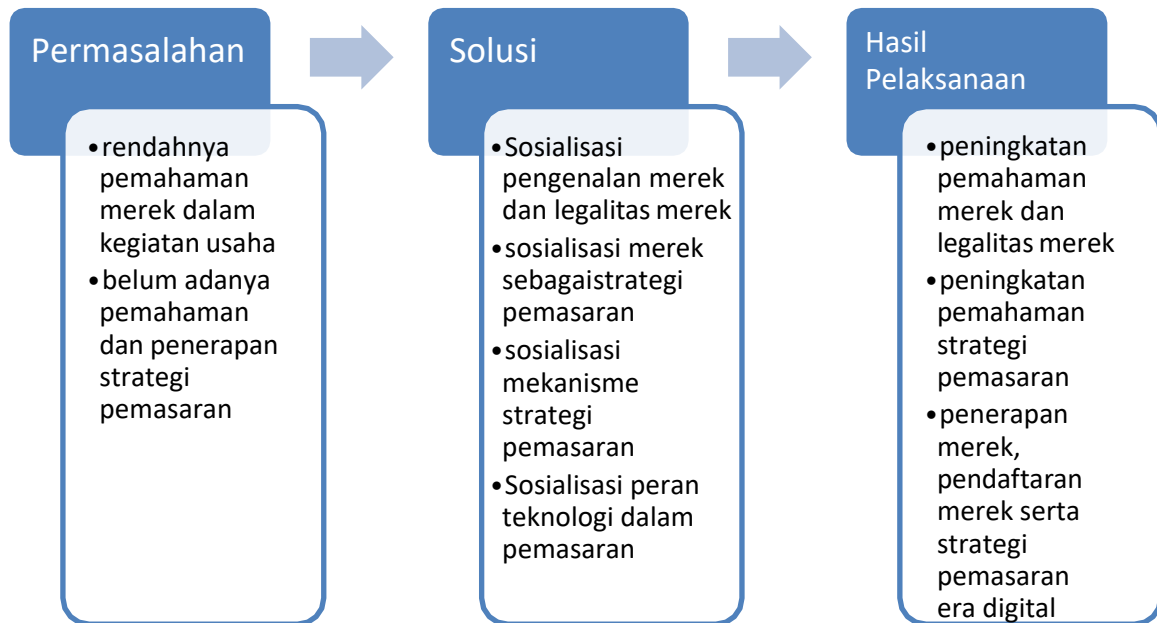
Tahapan kegiatan program PKM dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 6
Tahapan Kegiatan Program PKM

Tahap Persiapan	
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
Tahap Pelaksanaan (Kegiatan Dilaksanakan di Lokasi Mitra)	
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)
Evaluasi Program	
Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program	
Pelaporan	
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">• Peningkatan pemahaman mengenai merek• Peningkatan pemahaman legalitas merek• Pendaftaran merek	<ul style="list-style-type: none">• Observasi• Wawancara
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">• Peningkatan pemahaman merek sebagai strategi pemasaran• Penerapan pembuatan merek	<ul style="list-style-type: none">• Observasi• Wawancara
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">• Peningkatan pemahaman mekanisme strategi pemasaran• Penerapan strategi pemasaran dalam kegiatan usaha	<ul style="list-style-type: none">• Observasi• Wawancara

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"> • Peningkatan pemahaman mekanisme digitalisasi pemasaran • Penerapan pemahaman peran teknologi dalam pemasaran dalam kegiatan usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Wawancara
----	---	---	--	--

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 4

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

4.1 Kinerja Tim PKM

Dalam satu tahun terakhir, Tim PKM telah melakukan kegiatan PKM lainnya mengenai Strategi Pengembangan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima, Penjual Bakso Gerobak di kawasan Kantor Gubernur Telanaipura Kota Jambi. Selain itu, anggota Tim turut pula dalam kegiatan penelitian yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas Muhammadiyah Jambi. Pada tahun ini, Tim PKM juga mengajukan proposal PKM dana universitas pada LPPM Universitas Muhammadiyah Jambi untuk kegiatan PKM pendanaan pada semester ganjil tahun 2022.

4.2 Jenis Kepakaran

Jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh permasalahan dan kebutuhan mitra menggunakan keilmuan yang bersifat multidisipliner yaitu ilmu hukum ekonomi (hukum bisnis/dagang), Ilmu Ekonomi dan ilmu Sistem Informasi (digital bisnis). Dengan demikian, untuk pelaksanaan program ini, dibentuk Tim yang terdiri dari satu ketua dan empat anggota yang sesuai dengan masing-masingbidang keilmuan. Secara spesifik, jenis kepakaran dan tugas Tim Pengusul dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 9
Susunan Organisasi Tim Pengusul dan Pembagian Tugas

No.	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1.	Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E. / NIDN. 8885130017	Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Jambi	Ilmu Ekonomi (Hukum Ekonomi/ Dagang)	6	<ul style="list-style-type: none">• Menyampaikan materi mengenai merek dan legalitas merek sebagai perlindungan hukum dalam kegiatan usaha• Monitoring dan evaluasi
2.	Rika Neldawaty, S.E.MS.Ak.AK, CA. / NIDN. 1010017902	Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Jambi	Ilmu Ekonomi	6	<ul style="list-style-type: none">• Menyampaikan materi mengenai merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha• Monitoring dan evaluasi

No.	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
3.	Abd. Halim, S.E., M.E.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Jambi	Ilmu Ekonomi	6	<ul style="list-style-type: none"> • Menyampaikan materi mengenai merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha • Monitoring dan evaluasi
4.	Geiskha Erwin, S.E., M.E / NBK. 22307502	Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Jambi	Ilmu Ekonomi dan manajemen	6	<ul style="list-style-type: none"> • Menyampaikan materi mengenai mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa • Monitoring dan evaluasi
5.	Agung Sandi, S.Kom.	Assisten Lab. Komputer	Informatika	6	<ul style="list-style-type: none"> • Menyampaikan materi mengenai peran teknologi dalam pemasaran guna peningkatan penjualan usaha • Monitoring dan evaluasi

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Program PKM telah dilaksanakan oleh Tim yang dilaksanakan pada rentang waktu bulan Februari sampai dengan bulan Juni tahun 2023 dengan pembukaan acara sosialisasi dan pemaparan materi-materi tersebut dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 22 Februari 2023. Adapun kegiatan sosialisasi dilaksanakan satu hari penuh di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi yang memaparkan materi-materi tentang pengenalan legalitas merek usaha dan manajemen yang baik dalam pengelolaan usaha serta digitalisasi produk usaha. Pada kegiatan tersebut terdapat 45 peserta yang hadir, meliputi pelaku usaha UMKM souvenir, catering, pengrajin batik, jasa bengkel, fashion, snack dan jajan tradisional. Untuk selanjutnya setelah kegiatan sosialisasi dan pemaparan materi, tim PKM melaksanakan pembimbingan dan monitoring perkembangan kegiatan usaha UMKM tersebut sampai dengan bulan Juni tahun 2023. Adapun susunan acara kegiatan pembukaan sosialisasi dan pemaparan materi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10
Susunan Acara PKM

WAKTU	ACARA	PENANGGUNG JAWAB
08.00-08.30	Persiapan	Tim PKM dan mitra
08.30-08.45	Pembukaan acara	- Perwakilan Tim PKM - Perwakilan Kecamatan
08.45-09.00	Wawancara dan observasi	Tim PKM
09.00-10.00	<ul style="list-style-type: none"> Materi pengenalan merek dan legalitas merek dagang dalam kegiatan usaha Diskusi / tanya jawab 	Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E. (Pemateri)
10.00-11.00	<ul style="list-style-type: none"> Materi pengenalan merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha Diskusi / tanya jawab 	- Rika Neldawaty, S.E.,MS. AK., Ak.CA.(Pemateri) - Abd. Halim, S.E., M.E.
11.00-12.00	<ul style="list-style-type: none"> Materi mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa Peran Teknologidalam Pemasaran /Product branding Diskusi / tanya jawab 	- Geiskha Erwin, S.E.,M.E. (Pemateri) - Agung Sandi, S.Kom. (Assisten pemateri)
13.00-13.30	Wawancara dan observasi serta pembagian <i>doorprise</i>	Tim PKM
13.30-14.00	Penutupan acara	- Perwakilan Tim PKM - Perwakilan KecamatanDanau Sipin

Pada kegiatan tersebut, peserta sangat antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dari awal hingga akhir acara, khususnya pada saat sesi diskusi. Diskusi berlangsung menarik karena banyak interaksi antara pemateri dengan peserta seputar sharing pengalaman, permasalahan hingga tanya jawab guna pendalaman materi.

Hasil dan luaran pada pemaparan materi pertama mengenai pengenalan merek dan legalitas merek dagang dalam kegiatan usaha yang disampaikan oleh Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E. dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada tahap awal dilakukan wawancara dan observasi kepada peserta mengenai pemahaman merek dagang dan jasa serta fungsinya. Hasilnya menunjukkan bahwa 80% peserta mengenal merek sebagai tanda pembeda saja dan 100% peserta tidak mengetahui tentang legalitas merek dan mekanismenya, sedangkan terdapat 60% peserta yang sudah melekatkan merek pada barang dan jasa yang dimiliki.
2. Pada saat pemaparan materi disampaikan bahwa merek memiliki peranan dan fungsi penting dalam kegiatan usaha, khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap merek dan mekanisme legalitasnya. Agar pemahaman lebih jelas, disertakan pula contoh sertifikat merek yang telah terdaftar. Selain itu disampaikan pula beberapa kasus yang terjadi kaitannya dengan sengketa merek.
3. Setelah materi disampaikan, peserta antusias menyampaikan berbagai pertanyaan. Mayoritas pertanyaan fokus pada mekanisme untuk memperoleh legalitas merek dan biaya untuk pengurusannya. Selain itu, beberapa peserta *sharing* mengenai pengalaman kegiatan usahanya terkait merek yang dimiliki dan solusi dari permasalahan yang pernah dialami.
4. Pada wawancara dan observasi akhir, menunjukkan perubahan dan peningkatan yaitu :
 - ✓ 90% peserta mengetahui dan memahami bahwa merek tidak sekedar sebagai tanda pembeda saja melainkan memiliki peran penting sebagai hak kepemilikan yang dapat dilindungi hukum.
 - ✓ 70% peserta berinisiatif mendaftarkan mereknya guna memperoleh legalitas, khususnya yang telah melakukan kegiatan usaha dalam kurun waktu diatas 5 tahun.
 - ✓ 10% peserta telah mulai melakukan pendaftaran ke kantor Kementerian Hukum & HAM RI
 - ✓ 20% peserta yang belum memiliki merek mulai membuat merek dagang dan jasa untuk digunakan dalam kegiatan usaha

Hasil dan luaran pada pemaparan materi kedua mengenai pengenalan merek usaha sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha yang disampaikan oleh Rika Neldawaty, S.E., M.S.Ak., AK.CA. dan Abd. Halim, S.E., M.E. dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan wawancara dan observasi sebelum materi disampaikan, menunjukkan bahwa 80% peserta memiliki merek yang digunakan dalam kegiatan usaha, namun hanya sekedar membuat merek tanpa mengetahui bahwa merek dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran.
2. Pada saat pemaparan materi disampaikan mengenai pentingnya merek sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen. Selain itu disampaikan pula mengenai elemen-elemen merek dan pemilihan merek agar menarik dan “menjual” karena suatu merek dapat memunculkan *brand image*.
3. Pada saat diskusi, banyak pertanyaan yang muncul kaitannya dengan merek yang telah dimiliki, pemilihan merek yang menarik dan pengaruhnya dalam keputusan pembelian barang maupun jasa.
4. Pada wawancara dan observasi akhir, menunjukkan perubahan dan peningkatan yaitu :
 - ✓ 80% peserta paham bahwa merek berperan penting sebagai salah satu strategi pemasaran yang paling efektif
 - ✓ 20% peserta yang belum memiliki merek mulai membuat merek dagang dan jasa untuk digunakan dalam kegiatan usaha
 - ✓ 70% peserta telah memiliki merek dagang
 - ✓ 60% dari 70% peserta yang telah memiliki merek, memutuskan untuk mengganti merek yang telah digunakan agar lebih “menjual” dan menarik karena mayoritas sebelumnya menggunakan nama pribadi sebagai merek.

Hasil dan luaran pada pemaparan materi ketiga mengenai mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan barang dan jasa dan Peran Teknologi dalam Pemasaran yang disampaikan oleh Geiskha Erwin, S.E.,M.E. dan Agung Sandi, S.Kom dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan wawancara dan observasi awal menunjukkan bahwa 80 % peserta belum mengetahui mekanisme strategi pemasaran dan product branding melalui digitalisasi bisnis dalam kegiatan usaha. Hanya 20% peserta yang menerapkan strategi pemasaran dalam kegiatan usahanya seperti penggunaan media elektronik (digital) untuk melakukan promosi produknya.
2. Pada saat pemaparan materi disampaikan bahwa mekanisme strategi pemasaran diawali dari identifikasi kebutuhan konsumen/pasar, pemilihan target konsumen/pasar, identifikasi pesaing, sarana untuk bersaing, penggunaan media elektronik (digital) untuk pemasaran.
3. Pada wawancara dan observasi akhir, menunjukkan perubahan dan peningkatan yaitu :
 - ✓ 75% peserta paham mengenai mekanisme strategi pemasaran dalam kegiatan usaha guna peningkatan penjualan barang dan jasa.
 - ✓ 60% peserta berinisiatif untuk menerapkan mekanisme strategi pemasaran dalam kegiatan usahanya agar penjualan barang dan jasa dapat ditingkatkan.
 - ✓ 50% peserta telah menerapkan strategi pemasaran melalui pemasaran online menggunakan aplikasi Instagram, *facebook*, dan *blackberry massanger*

Adapun keseluruhan luaran yang dihasilkan setelah dilakukan kegiatan sosialisasidapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 11
Luaran Kegiatan yang Telah Tercapai

Program	Luaran	Prosentase sebelum	Prosentase sesudah	Keterangan
Pengenalalan merek usaha dan legalitasnya	✓ Pemahaman fungsi merek	70%	90%	Peningkatan
	✓ Pemahaman legalitas merek	0%	85%	Peningkatan
	✓ Penerapan legalitas merek	0%	10%	Peningkatan
Pengenalalan merek sebagai strategi pemasaran	✓ Peningkatan pemahaman merek sebagai strategi pemasaran	10%	90%	Peningkatan
	✓ Penerapan pembuatan merek	70%	90%	Peningkatan
Pengenalalan mekanisme strategi pemasaran dan peran teknologi dalam bisnis dan pemasaran	✓ Pemahaman strategi pemasaran	20%	75%	Peningkatan
	✓ Pemahaman mekanisme strategi pemasaran	20%	50%	Peningkatan
	✓ Pemahaman peran teknologi dalam pemasaran di era digital	20%	70%	Peningkatan

Gambar 2

Pemaparan Materi kepada Peserta



Gambar 3

Antusias Peserta Saat Diskusi



BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PKM di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi, disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan sosialisasi pengenalan merek usaha dan legalitasnya dalam kegiatan usaha telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai merek dan legalitas merek usaha, sehingga setelah sosialisasi diberikan, peserta dapat memahami dan menjelaskan tujuan merek dalam kegiatan usaha, menjelaskan fungsi legalitas merek serta dapat menjelaskan mekanisme pendaftaran merek. Selain itu, terdapat pula peserta yang sudah mulai mendaftarkan mereknya ke lembaga terkait guna memperoleh legalitas/perlindungan hukum.

Kedua, kegiatan sosialisasi mengenai pengenalan merek sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan bisnis juga telah mencapai target luaran. Peserta yang semula hanya mengenal merek sebagai tanda pembeda saja, namun setelah sosialisasi diberikan, peserta menjadi paham bahwa merek dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk pembelian barang/jasa. Dengan demikian, peserta yang belum memiliki merek telah mulai membuat merek bagi produk barang/jasanya. Beberapa peserta yang sebelumnya telah memiliki merek juga mengganti merek dan kontennya agar lebih menarik perhatian konsumen sebagai merek yang “menjual”.

Ketiga, sosialisasi mengenai pengenalan mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan serta pemahaman peran teknologi dalam pemasaran telah mencapai target luaran. Setelah dilakukan sosialisasi, peserta menjadi paham dan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan target potensial, mengidentifikasi pesaing, memilih sarana bersaing dan memilih penggunaan media dalam promosi. Selanjutnya, peserta juga telah menerapkan media elektronik sebagai sarana promosi baik itu pada media sosial gratis maupun media sosial berbayar agar lebih menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan diberikannya keseluruhan sosialisasi tersebut, pelaku usaha UMKM di Kecamatan Danau Sipin Kota Jambi diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan usahanya agar dapat berkembang lebih baik lagi di masa mendatang.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk peningkatan kegiatan selanjutnya, yaitu :

1. Tim PKM diharapkan dapat bekerjasama dengan Direktorat Jendral HKI Kementerian Hukum dan HAM RI wilayah Provinsi Jambi untuk memberikan pendampingan pendaftaran merek bagi peserta.
2. Penambahan waktu untuk praktek menggunakan media *online* sebagai sarana promosi untuk peningkatan penjualan.
3. Penambahan waktu untuk pengenalan sistem pengajuan merek usaha pada laman Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual <https://dgip.go.id/>

REFERENSI

Buku

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

BumiAksara

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/>

LAMPIRAN 1

Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

BIODATA KETUA PENGUSUL

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E.
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor/IIIc
4.	NIDN/NIDK	8885130017
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Jambi, 11 Mei 1975
6.	Alamat email	indriamayesti.dr@umjambi.ac.id
7.	Nomor Telepon /HP	0823-7067-8888
8.	Alamat Kantor	Jl. Kapt. Pattimura Simp.IV Sipin Kota Jambi
9.	No.Telepon/Faks.	0741-60825
10.	Mata kuliah yang Diampu	1. Ekonometrika 2. Perekonomian Indonesia 3. Studi kelayakan proyek

B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Jambi	Universitas Jambi	Universitas Jambi
Bidang Ilmu	Manajemen	Ekonomi Pembangunan	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk-Lulus	2009-2013	2012-2014	2020-2023

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penugasan Program Pengabdian kepada Masyarakat.

Jambi, 31 Mei 2023

Ketua Tim Pengusul


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

LAMPIRAN 2

BIODATA ANGGOTA TIM PENGUSUL 1

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Rika Neldawaty, S.E., MS.Ak.,AK., CA.
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor/IIIc
4.	NIDN/NIDK	1010017902
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Jambi, 10 Januari 1979
6.	Alamat email	
7.	Nomor Telepon /HP	0813-6625-2560
8.	Alamat Kantor	Jl. Kapt. Pattimura Simp.IV Sipin Kota Jambi
9.	No.Telepon/Faks.	0741-60825
10.	Mata kuliah yang Diampu	1. Ekonomi Akuntansi I 2. Ekonomi Akuntansi II 3. Metode Penelitian

B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Andalas (UNAND)	Universitas Jambi (UNJA)	<i>On going</i>
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk-Lulus	2009-2013	2012-2014	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penugasan Program Pengabdian kepada Masyarakat.

Jambi, 31 Mei 2023

Anggota Tim Pengusul 1



Rika Neldawaty, S.E., MS.Ak.,AK., CA..

LAMPIRAN 3

BIODATA ANGGOTA TIM PENGUSUL 2

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Abd. Halim, S.E., M.E.
2.	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIDN/NIDK	1005078906
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Simp. III Enok, 05 Juli 1989
6.	Alamat email	
7.	Nomor Telepon /HP	0853-7291-6434
8.	Alamat Kantor	Jl. Kapt. Pattimura Simp.IV Sipin Kota Jambi
9.	No.Telepon/Faks.	0741-60825
10.	Mata kuliah yang Diampu	1. Ekonometrika 2. Perekonomian Indonesia 3. Studi kelayakan proyek

B. Riwayat Pendidikan

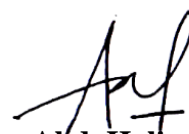
Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE Muhammadiyah Jambi	Universitas Jambi	<i>On going</i>
Bidang Ilmu	Ekonomi Pembangunan	Ekonomi Pembangunan	Ilmu Ekonomi
Tahun Masuk-Lulus	2010-2014	2014-2016	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penugasan Program Pengabdian kepada Masyarakat.

Jambi, 31 Mei 2023

Anggota Tim Pengusul 2



Abd. Halim, S.E., M.E.

LAMPIRAN 4

BIODATA ANGGOTA TIM PENGUSUL 3

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Geiskha Erwin, S.E., M.E.
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	-
4.	NIDN/NIDK/NBK	22307502
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	
6.	Alamat email	
7.	Nomor Telepon /HP	0878-9666-3000
8.	Alamat Kantor	Jl. Kapt. Pattimura Simp.IV Sipin Kota Jambi
9.	No.Telepon/Faks.	0741-60825
10.	Mata kuliah yang Diampu	1. Ekonometrika (asisten dosen) 2. Perekonomian Indonesia (asisten dosen)

B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Jambi	Universitas Jambi	-
Bidang Ilmu	Ekonomi Pembangunan	Ekonomi Pembangunan	-
Tahun Masuk-Lulus	2008-2012	2012-2014	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penugasan Program Pengabdian kepada Masyarakat.

Jambi, 31 Mei 2023

Anggota Tim Pengusul 3

Geiskha Erwin, S.E., M.E.

LAMPIRAN 5

BIODATA ANGGOTA TIM PENGUSUL 4

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Agung Sandi, S.Kom.
2.	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3.	Jabatan Fungsional	-
4.	NIDN/NIDK/NBK	17307503
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Jambi, 01 Agustus 1990
6.	Alamat email	agungsandy51@gmail.com
7.	Nomor Telepon /HP	0823-1010-6088
8.	Alamat Kantor	Jl. Kapt. Pattimura Simp.IV Sipin Kota Jambi
9.	No.Telepon/Faks.	0741-60825
10.	Mata kuliah yang Diampu	1. Pengantar Aplikasi Komputer (Asisten dosen)

B. Riwayat Pendidikan

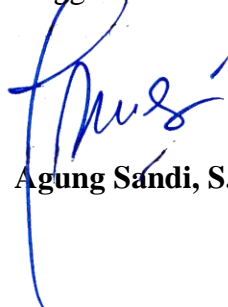
Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STMIK NH Jambi	<i>On going</i>	-
Bidang Ilmu	Teknik Informatika	Sistem Informasi	-
Tahun Masuk-Lulus	2008-2012	2021-2023	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penugasan Program Pengabdian kepada Masyarakat.

Jambi, 31 Mei 2023

Anggota Tim Pengusul 4



Agung Sandi, S.Kom.

LAMPIRAN 6



MAJELIS DIKTILITBANG MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI
Jalan Kapt. Pattimura Simpang Empat Sipin Jambi-36124 .Telp (0741) 60825 Fax. (0741) 5910532

SURAT PERINTAH TUGAS

No. 186/TGS/IL.3/UM.Jbi/D/2023

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Dalam rangka pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Muhammadiyah Jambi Tahun Anggaran 2022/2023, maka dengan ini menugaskan kepada :

No	Nama	Jabatan	Tugas
1	Dr. Indria Mayesti, S.E., M.E.	Dosen FEB	PKM
2	Rika Neldawaty, S.E., MS,Ak.,AK.CA	Dosen FEB	PKM
3	Abd. Halim, S.E., M.E.	Dosen FEB	PKM
4	Geiskha Kalista, S.E., M.E.	Staf	Asisten Dosen
5	Agung Sandi, S.Kom.	Staf	Asisten Dosen

Kepada nama-nama tersebut diatas agar dapat melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan PKM Tahun Anggaran 2022/2023 dengan ketentuan melaporkan hasil dari kegiatan selambat-lambatnya 2 minggu sejak SPT ini di terbitkan (*form LPJ terlampir*). Demikian Surat Perintah Tugas ini diberikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Nashrun min-Allah wa Fathun Qariib...

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Jambi, 27 Februari 2023M
6 Sya'ban 1444H

Universitas Muhammadiyah Jambi

Rektor,



Dr. Nardin, S.E., M.E.
NIDN. 1008076702

Tembusan Yth :

1. BPH Universitas Muhammadiyah Jambi;
2. Arsip.

LAMPIRAN 7

MATERI PKM

“PENYULUHAN LEGALITAS MEREK BAGI PELAKU USAHA UMKM DIKECAMATAN DANAUSIPIN KOTA JAMBI”

The screenshot shows a PowerPoint presentation in Compatibility Mode. The title bar indicates the file is 'PKM 2023 strategi_pemasaran.ppt'. The ribbon includes File, Home, Insert, Design, Transitions, Animations, Slide Show, Review, View, and Tell me what you want to do... The Home ribbon is active, showing options for Clipboard, Slides, Font, Paragraph, Drawing, and Editing. The slide content features a central graphic with the text 'MARKETING STRATEGY' in large, bold letters. Surrounding this text are various icons and illustrations, including hands, a laptop, a smartphone, a coffee cup, a lightbulb, and a gear. The slide is part of a presentation with 16 slides, and the current slide is Slide 1 of 16. The status bar at the bottom shows 'English (United States)' and a zoom level of 64%.

The screenshot shows a PowerPoint presentation in Compatibility Mode. The title bar indicates the file is 'PKM 2023 strategi_pemasaran.ppt'. The ribbon includes File, Home, Insert, Design, Transitions, Animations, Slide Show, Review, View, and Tell me what you want to do... The Home ribbon is active, showing options for Clipboard, Slides, Font, Paragraph, Drawing, and Editing. The slide content features a central graphic with the text 'CONTOHNYA : Marketing'. Below this text is a diagram showing the relationship between Need, Want, and Demand. The diagram includes the following text: 'Need (kebutuhan)', 'Want (keinginan)', 'Demand (permintaan)', 'Need & Want = Demand', and 'Need / Want = Demand'. The slide is part of a presentation with 16 slides, and the current slide is Slide 5 of 16. The status bar at the bottom shows 'English (United States)' and a zoom level of 64%.

PKM 2023 Legalitas Merk Usaha dan strategi singkat.pptx - PowerPoint

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View Tell me what you want to do... Share

Paste Cut Copy Format Painter Clipboard Slides Font Paragraph Drawing Editing

1 LEGALITAS MERK USAHA DAN MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK, STANDARISASI UMKM DAN DIGITALISASI PEMASARAN

2

3

4

OLEH

DR. INDRIA MAYESTI, SE., ME.

RIKA NELDAWATY, SE., ME.

ABD. HALIM, SE., ME.

GEISKHA ERWIN, SE., ME.

AGUNG SANDI, S.KOM.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI

2022

Click to add notes

Slide 1 of 19 English (United States) 64%

PKM 2023 Peran Teknologi dalam pemasaran.ppt - PowerPoint

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View Tell me what you want to do... Share

Paste Cut Copy Format Painter Clipboard Slides Font Paragraph Drawing Editing

SECURITY WARNING References to external pictures have been blocked Enable Content

1 PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) BAGI USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

2

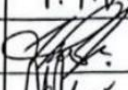
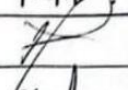

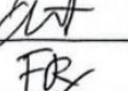
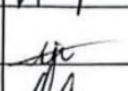
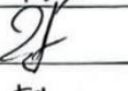

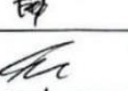
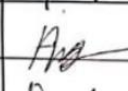
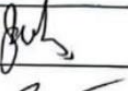

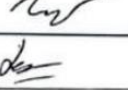
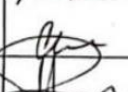
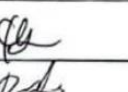
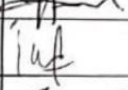
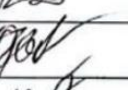
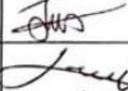
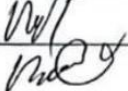
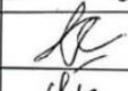
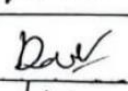
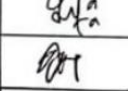
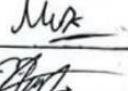
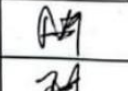
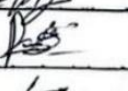
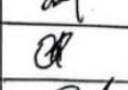
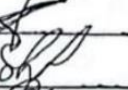


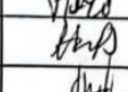
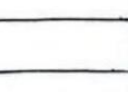
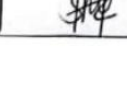









Click to add notes

Slide 2 of 18 English (United States) 58%

LAMPIRAN 8

DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN SOSIALISASI LEGALITAS DAN MANAJEMEN USAHA BAGI PELAKU USAHA UMKM DI KECAMATAN DANAU SIPIN KOTA JAMBI

Jambi, 22 Februari 2023

NO	NAMA	T.T.D.	NO	NAMA	T.T.D.
1	Jahar		25	/Smao	
2	Andean / Subot		26	Agi	
3	AMIRU		27	AAT	
4	ULIL AZMI		28	AMIN	
5	Teza		29	Fajar	
6	ROZI		30	SIL O	
7	ANCGI		31	IYAL	
8	DIKA		32	Ali	
9	PARANDI		33	YANTO	
10	HERI		34	USRO	
11	Rapi		35	Riky	
12	IKSAN		36	ISGI	
13	Joni		37	Ngdin	
14	JEFRY		38	WAR ner	
15	SUGALI		39	DAYAT	
16	Yudha		40	MOZA	
17	FAUZI		41	Proyso	
18	Asri		42	Ridho	
19	Jangcik		43	Ryan Temeng	
20	EOL		44	SECHA	
21	Zainul Bahri		45	Jaskia aulfa P	
22	Fatmami		46		
23	MUHAMMAD		47		
24	SAMAN		48		

LAMPIRAN 9

RINCIAN PENGGUNAAN DANA PKM

No	Jenis pengeluaran	Jumlah	Total
1.	Poto kopi bahan	5000x150	Rp.75.000
2.	Konsumsi	10x12x15000	Rp.1.800.000
3.	Biaya perjalanan	12x50000	Rp.600.000
4.	Honor peneliti	2	Rp.525.000
	Total pembiayaan		Rp.3000.000,-

Adapun semua data yang saya tuliskan dalam laporan ini adalah benar adanya dan dapat saya pertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan isian dan kenyataan, maka saya sanggup untuk menerima sanksi sesuai peraturan akademik yang berlaku.

Demikian laporan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan penugasan pengabdian Dosen Universitas Muhammadiyah Jambi Tahun Anggaran 2022/2023.

Jambi, Juli 2023
Ketua Tim Pengusul,



Dr. Indira Mayesti, S.E., M.E.