

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202450494, 14 Juni 2024

Pencipta

Nama : **Nur Hidayah, Valentina dkk**

Alamat : Komplek BRI Jl. Simaskot No. 15, Cilandak, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12430

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara**

Alamat : Jl. Letjen. S. Parman No. 1 Grogol, Jakarta Barat, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, Dki Jakarta 11440

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Poster**

Judul Ciptaan : **Strategi Pemasaran Hijau**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 26 April 2024, di Jakarta Barat
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000625847

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b

Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

IGNATIUS M.T. SILALAH
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Nur Hidayah	Komplek BRI Jl. Simaskot No. 15, Cilandak, Jakarta Selatan
2	Valentina	Jalan Pasar Senen Dalam VI No 18, Senen, Jakarta Pusat
3	Chennan Jessalonica	Jl. Ulujami RT 003/RW 007 Kecamatan Pesanggrahan Jakarta Selatan, Pesanggrahan, Jakarta Selatan



STRATEGI PEMASARAN HIJAU

Pemasaran berkelanjutan dan pemasaran hijau

Pemasaran berkelanjutan mencakup green marketing, masalah sosial dan ekonomi.

Pemasaran hijau merupakan proses yang fokus pada strategi bisnis yang mempromosikan kesadaran dan perlindungan lingkungan.

strategi pemasaran hijau

- Menggunakan kertas / tinta ramah lingkungan
- opsi untuk pemasaran elektronik
- Memiliki program daur ulang dan praktik pembuangan limbah yang bertanggung jawab
- Menggunakan kemasan produk yang ramah lingkungan
- Menggunakan metode pengepakan dan pengiriman yang efisien
- Menggunakan sumber listrik yang ramah lingkungan
- Mengambil langkah-langkah untuk mengimbangi dampak lingkungan

Keuntungan green /sustainable marketing

- Menarik pasar baru
- Memikat demografi yang berbeda.
- Meningkatkan keuntungan dan *brand loyalty*

Perusahaan pertama yang menerapkan *green marketing* di daerahnya mendapatkan keuntungan besar, cara ini dapat lebih unggul dari pesaing yang belum menerapkan *green marketing*, karena pelanggan yang sadar atau peduli lingkungan akan mencari barang yang ramah lingkungan

- Merawat lingkungan dan Bumi perusahaan harus menepati janji akan membantu perubahan iklim dan menjaga lingkungan, merawat lingkungan bagi generasi berikutnya.
- Meningkatkan kredibilitas perusahaan, t meningkatkan nama baik perusahaan, konsumen percaya perusahaan yang menjaga lingkungan lebih baik daripada perusahaan yang merusak, boros terhadap sumber daya.

Tanpa disadari sustainable marketing sudah diterapkan di perusahaan-perusahaan besar, produk sehari-hari yang digunakan juga merupakan produk green atau sustainable marketing

**Nur Hidayah
Valentina
Chennan Jessalonica**