

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 : EC00202463614, 11 Juli 2024

Pencipta

Nama : Nigar Pandrianto, Restiani Nur Freta Anastasia, Nisrinaa Nabilah
Adefina, Vania Gracecillia, Angelita Maharani, Kylie Virginia
Hertanto, Lida Natania, Tiffany Tanwinto

Alamat : Jl. Olah Raga VI No.8, Palmerah, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11480

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : Nigar Pandrianto, Restiani Nur Freta Anastasia, Nisrinaa Nabilah
Adefina, Vania Gracecillia, Angelita Maharani, Kylie Virginia
Hertanto, Lida Natania, Tiffany Tanwinto

Alamat : Jl. Olah Raga VI No.8, Palmerah, Jakarta Barat, Dki Jakarta 11480

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Poster

Judul Ciptaan : Poster Strategi Komunikasi Pemasaran Berdaya
Saing UMKM Kuliner

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 11 Juli 2024, di Jakarta
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 : 000638969

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.



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERDAYA SAING UNTUK UMKM KULINER

Untuk membangun **UMKM** yang kuat dan memiliki daya saing tidak mudah. Harus ada strategi komunikasi pemasaran yang tepat. Berikut adalah 4 cara membangun komunikasi pemasaran yang tepat.

FOKUS KOMUNIKASI

Setelah mengidentifikasi pasar, tentukan apakah pemasaran akan lebih banyak dilakukan secara online atau offline. Hal ini penting untuk menentukan fokus komunikasi yang akan dilakukan.



ONLINE MEMBANGUN DIALOG

Jika pemasaran lebih banyak dilakukan online, komunikasi harus bersifat dialogis, mendengarkan keinginan konsumen. Dari situ, konten media online dibangun agar konsumen memahaminya.

PENGALAMAN MEMBANGUN PEMAHAMAN

Jika pemasaran lebih banyak dilakukan offline, tekankan pada pengalaman. Biarkan target market merasakan sensasi produk yang ditawarkan, yang akan menumbuhkan kepercayaan dan harapan.



DAPUR DAN RUANG MAKAN, MEDAN PERTEMPURAN

Hal yang tidak boleh dilupakan adalah pembuktian. Dalam produk kuliner, dapur adalah medan pertempuran rasa, sedangkan ruang makan adalah tempat penyajian dan pelayanan menentukan selera dan mood konsumen.