



Buku Monograf

PENGEMBANGAN PEMASARAN

Garam Fortifikasi di Madura

Aprilina Susandini
Prasetyo Nugroho
Darul Islam



Editor :
Debi Eka Putri, S.E., M.M.
Irada Sinta, S.P., M.Si.



Buku Monograf
PENGEMBANGAN PEMASARAN
Garam
Fortifikasi
di Madura

Garam merupakan salah satu komoditi penting yang tidak kalah pentingnya dengan kebutuhan pokok lainnya, karena garam merupakan bahan pangan bagi masyarakat dan bahan baku industri. Indonesia memiliki sumberdaya laut yang besar, baik ditinjau dari kuantitas maupun keragamannya. Sumberdaya laut tersebut bila ditinjau dari kuantitas sangat besar dan salah satu potensi kekayaan Indonesia adalah produksi garam. Kondisi iklim tropis di Indonesia dimana penyinaran penuh sepanjang hari, menjadikan wilayah pantai Indonesia cocok untuk pengembangan usaha garam. Dari total produksi garam nasional, Madura merupakan salah satu sentra garam yang menyumbang produksi garam terbesar. Garam yang dihasilkan sebagian besar akan langsung dijual ke tengkulak kemudian di kirim ke pabrik pengolahan, tidak banyak ditemui pelaku usaha kecil yang mengelola garam krosok di Madura.

Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, mahasiswa dan juga siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai Pengembangan Pemasaran Garam Fortifikasi di Madura.



0858 5343 1992
eurekamediaakhara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



**BUKU MONOGRAF
PENGEMBANGAN PEMASARAN
GARAM FORTIFIKASI DI MADURA**

**Aprilina Susandini
Prasetyo Nugroho
Darul Islam**



PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

BUKU MONOGRAF
PENGEMBANGAN PEMASARAN GARAM
FORTIFIKASI DI MADURA

Penulis : Aprilina Susandini, S.E., M.SM.
Prasetyo Nugroho, S.Pi., M.M.
Darul Islam, S.E., M.M.

Editor : Debi Eka Putri, S.E., M.M.
Irada Sinta, S.P., M.Si.

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Leli Agustin

ISBN : 978-623-151-797-5

No. HKI : EC002023110747

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,**
NOVEMBER 2023
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan
Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau
seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara
apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik
perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kehadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Pengembangan Pemasaran Garam Fortifikasi di Madura.

Garam merupakan salah satu komoditi penting yang tidak kalah pentingnya dengan kebutuhan pokok lainnya, karena garam merupakan bahan pangan bagi masyarakat dan bahan baku industri. Indonesia memiliki sumberdaya laut yang besar, baik ditinjau dari kuantitas maupun keragamannya. Sumberdaya laut tersebut bila ditinjau dari kuantitas sangat besar dan salah satu potensi kekayaan Indonesia adalah produksi garam. Kondisi iklim tropis di Indonesia dimana penyinaran penuh sepanjang hari, menjadikan wilayah pantai Indonesia cocok untuk pengembangan usaha garam. Dari total produksi garam nasional, Madura merupakan salah satu sentra garam yang menyumbang produksi garam terbesar. Garam yang dihasilkan sebagian besar akan langsung dijual ke tengkulak kemudian di kirim ke pabrik pengolahan, tidak banyak ditemui pelaku usaha kecil yang mengelola garam krosok di Madura. Pembahasan dalam buku ini meliputi Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Kajian, Temuan Empiris, Hasil dan Pembahasan, serta Kesimpulan dan Saran.

Pembahasan materi dalam buku ini telah disusun secara sistematis dengan tujuan memudahkan pembaca. Buku ini dihadirkan sebagai bahan referensi bagi praktisi, akademisi, mahasiswa dan juga siapa saja yang ingin mendalami lebih jauh. Terbitnya buku ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai Pengembangan Pemasaran Garam Fortifikasi di Madura.

Penulis merasa bahwa Buku ini jauh dari sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepastakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Madura, September 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
BAB 2 GARAM.....	7
BAB 3 FORTIFIKASI GARAM.....	10
BAB 4 MANAJEMEN PEMASARAN.....	12
A. Manajemen Pemasaran.....	12
B. Model Pemasaran.....	14
BAB 5 EFEKTIVITAS DALAM SISTEM PEMASARAN	15
A. Efektivitas dalam Sistem Pemasaran	15
B. Kekurangan dalam Sistem Pemasaran Garam Krosok di Madura.....	18
C. Kekurangan dalam Sistem Pemasaran Garam Fortifikasi di Madura.....	22
BAB 6 TRANSAKSI PENJUALAN GARAM KROSOK.....	24
BAB 7 STRUKTUR DAN SISTEM PEMASARAN GARAM KROSOK.....	28
BAB 8 PROSES PENGOLAHAN GARAM	34
BAB 9 PEMASARAN GARAM KONSUMSI.....	39
A. Pemasaran Langsung	43
B. Pemasaran Tidak Langsung.....	44
BAB 10 KESIMPULAN DAN SARAN	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	52

TENTANG PENULIS.....	54
TENTANG EDITOR	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Neraca garam Nasional Tahun 2010-2015 (dalam ton)	2
Tabel 6.1 Pola Pembayaran Transaksi Garam	27
Tabel 8.1 Proses Pengolahan Garam dan Jumlah Produksi.....	36
Tabel 9.1 Merek Dagang Garam Konsumsi	40
Tabel 9.2 Wilayah Target Pasar.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 7.1 Rantai Pasar Garam	32
Gambar 9.1 Metode Pemasaran Garam Setiap Perusahaan	45

BAB

1

PENDAHULUAN

Garam merupakan salah satu komoditi penting yang tidak kalah pentingnya dengan kebutuhan pokok lainnya, karena garam merupakan bahan pangan bagi masyarakat dan bahan baku industri. Indonesia memiliki sumberdaya laut yang besar, baik ditinjau dari kuantitas maupun keragamannya. Sumberdaya laut tersebut bila ditinjau dari kuantitas sangat besar dan salah satu potensi kekayaan Indonesia adalah produksi garam. Kondisi iklim tropis di Indonesia dimana penyinaran penuh sepanjang hari, menjadikan wilayah pantai Indonesia cocok untuk pengembangan usaha garam. Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), kebutuhan garam dibedakan menjadi dua yaitu (1) garam konsumsi adalah garam yang digunakan sebagai bahan baku produksi bagi industri garam konsumsi beryodium (garam meja), untuk aneka pangan (memiliki NaCl minimal 94,7%) dan pengasinan ikan; (2) garam industri adalah garam yang digunakan sebagai bahan baku bagi industri dengan kadar NaCl minimal 97%. Kebutuhan garam nasional sepanjang tahun 2010-2015 dapat dilihat pada tabel 1.1.

BAB

2

GARAM

Garam merupakan salah satu produk kelautan yang memiliki manfaat besar dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Garam juga merupakan komoditi sebagai bahan baku industri dan bahan pangan yang dibutuhkan oleh hampir semua lapisan masyarakat. Pembuatan garam sebagian besar dilakukan secara tradisional oleh petani rakyat disamping oleh perusahaan garam industri. Dari segi kualitas produksi garam dalam negeri masih belum memenuhi syarat kesehatan, terutama garam yang dihasilkan dari petani garam, sebab mutu garam umumnya dibawah mutu II menurut spesifikasi SNI/SII No.140-76. Garam adalah benda padat berwarna putih berbentuk kristal yang merupakan kumpulan senyawa dengan bagian terbesar Natrium Chlorida (>80%) serta senyawa lainnya, seperti Magnesium Chlorida, Magnesium Sulfat, dan Calsium Chlorida.

Kandungan dalam garam memiliki peran penting dalam tubuh manusia. Garam NaCl berfungsi menjaga pengaturan volume dan tekanan darah, menjaga kontraksi otot dan transmisi sel saraf, serta membantu

BAB

3

FORTIFIKASI GARAM

Fortifikasi merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk menambahkan mikronutrien seperti vitamin dan mineral ke dalam makanan untuk meningkatkan kualitas nutrisi yang berguna bagi kesehatan masyarakat. Fortifikasi pangan dengan zat gizi mikro adalah salah satu strategi utama yang dapat digunakan untuk meningkatkan status mikronutrien pangan (WHO, 2006). Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam proses fortifikasi pangan diantaranya bahan pangan yang difortifikasi aman untuk dikonsumsi dan ada jaminan terhadap kemungkinan efek samping.

Garam merupakan padatan yang berbentuk kristal, berwarna putih yang sebagian besar terdiri dari Natrium Chlorida (NaCl) sebanyak >80%, serta senyawa-senyawa lain (Subiantoro, 2001). Selama ini fortifikasi garam hanya dilakukan dengan penambahan iodium. Banyak bahan tambahan lain yang dapat ditambahkan diantaranya kulit buah naga, kulit manggis, dan kelor. Tanaman kelor (*Moringa oleifera*) merupakan tanaman dipercaya sebagai salah satu tanaman yang paling bergizi yang pernah dikenal. Daun

BAB

4

MANAJEMEN PEMASARAN

A. Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembelian yang ada maupun pembelian yang potensial, Swastha & Irawan (2005). Selanjutnya Kotler & Keller (2003), menyatakan bahwa kita dapat membedakan definisi pemasaran secara sosial dan secara manajerial. Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan oleh pemasaran di masyarakat, yang dimaksud pemasaran secara sosial adalah proses dimana individu dengan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan, secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Sedangkan yang dimaksud dengan pemasaran secara manajerial adalah pemasaran yang sering digambarkan dengan seni menjual produk, tetapi orang heran ketika mendengar bahwa bagian yang

BAB 5

EFEKTIVITAS DALAM SISTEM PEMASARAN

A. Efektivitas dalam Sistem Pemasaran

Efektivitas pemasaran merupakan sejauh mana capaian target pemasaran yang telah ditetapkan bersama sebelumnya. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa apabila suatu sistem pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dilakukan dengan baik dan mampu mencapai hasil yang telah ditargetkan, maka sistem pemasaran tersebut dapat dikatakan efektif. Efektifitas pemasaran juga didefinisikan sebagai kualitas pemasar untuk mengoptimalkan usaha mereka dan mencapainya hasil jangka pendek dan jangka panjang yang terbaik. Pada efektifitas pemasaran terdapat beberapa faktor yang dianggap sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pemasaran, di antaranya strategi pemasaran, kreativitas pemasaran, aktualisasi rencana pemasaran, infrastruktur pemasaran, dan faktor-faktor eksternal.

Strategi pemasaran merupakan serangkaian rancangan terukur yang dimaksudkan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat

BAB

6

TRANSAKSI PENJUALAN GARAM KROSOK

Garam merupakan komoditi yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Garam bukan hanya sekedar bumbu masakan tapi salah satu bahan baku dalam berbagai proses produksi. Proses produksi garam di Madura masih tradisional dengan mengandalkan cahaya matahari. Pada proses pengkristalan air laut menjadi garam ada tiga tahapan, yaitu tahapan pertama memasukkan air laut ke dalam petakan penampungan air. Tahap kedua, memindahkan air yang sudah tua ke petakan. Tahap ketiga memindahkan air tua ke dalam petakan lahan yang berfungsi sebagai meja garam. Pada tahap ini, akan terbentuk kristal-kristal garam. Di awal produksi, dibutuhkan waktu 25 (dua puluh lima) sampai 30 (tiga puluh) hari untuk menghasilkan garam. Dalam satu tahun petani garam melakukan panen sebanyak 25 kali. Jika musim tidak menentu, petani garam melakukan panen kurang dari 25 (dua puluh lima). Satu kali panen, petani menghasilkan rata-rata 5 ton garam.

Hasil panen akan langsung dijual karena petani tidak memiliki gudang untuk menyimpan garam, selain itu petani membutuhkan uang untuk memenuhi

BAB

7

STRUKTUR DAN SISTEM PEMASARAN GARAM KROSOK

Mengkaji sistem pemasaran garam tentu harus memperhatikan alur awal rantai pasar garam. Pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran garam antara lain;

1. Produsen garam

Produsen garam di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu petani garam dan PT. Garam (Persero). Data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (2015) menunjukkan total produksi nasional sebesar 2,84 juta ton dengan proporsi produksi garam rakyat sebesar 2,49 juta ton atau lebih dari 85% dari total produksi dan sisanya merupakan produksi dari PT. Garam.

Produksi garam yang dihasilkan oleh produsen garam di Indonesia yaitu petani dan PT. Garam hanya dapat memenuhi kebutuhan bahan baku garam konsumsi. Padahal pangsa pasar garam di Indonesia adalah kebutuhan garam konsumsi dan garam industri. Kelompok kebutuhan garam konsumsi dibedakan menjadi tiga jenis yaitu *foodgrade* dengan kandungan NaCl 97%, medium grade dengan kadar

BAB

8

PROSES PENGOLAHAN GARAM

Berdasarkan hasil kajian, garam yang diproduksi oleh perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu, garam konsumsi dan garam industri. Garam konsumsi adalah garam yang digunakan untuk konsumsi masyarakat atau dapat diolah menjadi garam rumah tangga dan garam diet. Sedangkan garam industri merupakan garam yang digunakan sebagai bahan baku/bahan penolong yang digunakan pada proses produksi pada industri kimia, industri aneka pangan, industri farmasi, industri perminyakan, industri penyamakan kulit dan *water treatment*.

Dari hasil kajian, terdapat 9 perusahaan yang memproduksi garam konsumsi dan 4 perusahaan memproduksi garam industri. Proses pengolahan garam krosok menjadi garam halus (garam konsumsi maupun garam industri) dapat dilakukan secara tradisional maupun modern. Proses pengolahan garam secara tradisional yakni pembakaran menggunakan tungku dan kayu. Langkah-langkah pengolahan garam secara tradisional sebagai berikut;

BAB 9

PEMASARAN GARAM KONSUMSI

Salah satu permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan bisnis adalah persaingan yang semakin ketat. Begitu juga yang dialami oleh perusahaan pengolah garam konsumsi. Kita ketahui bahwa garam konsumsi (beryodium) yang dijual memiliki rasa yang sama yaitu asin, tidak ada perbedaan rasa garam meskipun berbeda merk dagang dan diproduksi oleh perusahaan yang berbeda. Hal ini diperkuat dengan hasil kusioner yang disebar melalui media sosial, dimana 86% responden menyatakan bahwa semua garam itu sama dan sisanya 14% responden menyatakan tidak semua garam sama. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memiliki positioning agar memperoleh tempat khusus dibenak konsumen.

Sebuah produk atau barang biasanya memiliki merek begitu juga dengan garam yang dijual di pasaran. Banyak sekali ditemui merek garam konsumsi atau garam meja (beryodium). Merek adalah sebuah nama, istilah, simbol, atau desai, atau kombinasi hal-hal tersebut, untuk mengidentifikasi barang dan

BAB

10

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada garam krosok, pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pemasarannya yaitu (a) petani garam dan PT. Garam (Persero) sebagai produsen garam lokal; (b) pedagang pengepul atau tengkulak; (c) perusahaan pengolahan atau pabrik; (d) distributor yang menyalurkan hasil olahan garam ke konsumen ataupun ke perusahaan yang menggunakan garam sebagai bahan penolong; (e) pedagang eceran atau pengecer. Sistem produksi dan pemasaran petani garam memiliki posisi tawar yang masih lemah. Dari sisi produksi, petani garam belum memiliki lahan sendiri. Mereka menggarap lahan orang dengan sistem bagi hasil yang polanya ditentukan oleh pemilik lahan. Dari sisi pemasaran, petani terdesak dengan ekonomi sehingga mereka akan langsung menjual hasil panen dan petani tidak dapat menentukan harga. Bentuk pasar garam di Indonesia cenderung oligopoli yaitu penguasaan pasar oleh beberapa pihak yang dapat menimbulkan praktek kartel. Tingkat margin biaya dan pendapatan di

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R W. (2012). *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Amiuz. C. B., Tjahyono, R. & Pamungkas S. T. (1996). "Pergeseran Spasial dan Stilistika Arsitektur Vernakuler Madura Barat di Arosbaya". *Jurnal Universitas Brawijaya* vol. 8 No. 2 Agustus 1996. hlm 17-28.
- Swastha, B. & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi II Cetakan Kedua belas. Yogyakarta: Liberty Offset
- Burhanuddin. (2001). *Strategi Pengembangan Industri Garam di Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Desrosier, N. W. (1988). *Teknologi Pengawetan Pangan*. Edisi III. Penerjemah Muchji Mulyohardjo. Jakarta: Universitas Indonesia
- Hartoyo. (2011). *Arah Kebijakan Menuju Swasembada Garam: aspek Konsumen*. Di dalam: Roosita K, Krisnatuti D, Alfiasari, Purwandari H, editor. *Prosiding Seminar: Strategi Swasembada Garam*. Bogor [ID]: Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor. Hal 100-106
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, M. *et al.* (2012). *Garam rakyat potensi dan permasalahan*. Madura: UTM press.
- Mardiyanti.R.(2018). "ModelPemasaran".[https://id.scribd.com/document/369100338/\(01/15/2019\)](https://id.scribd.com/document/369100338/(01/15/2019)).

Subiantoro, S. (2001). Mengenal Lebih Jauh Tentang Garam'. Banyuwangi: BPPP.

WHO and Agriculture Organization of the United Nations. (2006) Guidelines on food fortification with micronutrients

Link

(<https://maritim.go.id/fortifikasi-garam-tingkatkan-kualitas-sumber-daya-manusia-indonesia/>). Diakses 14 mei 2021.

TENTANG PENULIS



Aprilina Susandini, S.E., M.SM.
Universitas Trunojoyo Madura

Penulis lahir di Sumenep tanggal 16 April 1987. Penulis adalah dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura pada tahun 2009. Lulus Program Magister Program Studi Ilmu Manajemen di Universitas Airlangga pada tahun 2012. Sekarang menjadi Koordinator Program Studi S1 Manajemen di Jurusan Manajemen FEB Universitas Trunojoyo Madura. Memiliki ketertarikan pada bidang manajemen, keuangan, dan entrepreneurship, serta ilmu sosial lainnya.



Prasetyo Nugroho, S.Pi., M.M.
Universitas Trunojoyo Madura

Prasetyo Nugroho, S.Pi., M.M., lahir di Yogyakarta, 7 Juni 1978. Menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana dari Institut Pertanian Bogor pada tahun 2001.

Dan melanjutkan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen dari Sekolah Tinggi Manajemen PPM pada tahun 2005. Saat ini bertugas sebagai Tenaga Pendidik di Program Studi Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura. Penulis dapat dihubungi pada alamat email: prasetyo.nugroho@trunojoyo.ac.id.



Darul Islam, S.E., M.M.
Universitas Trunojoyo
Madura

Seseorang yang dilahirkan dari pesisir utara pulau jawa lebih tepatnya Gresik Jawa Timur. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Trunojoyo Madura. Menuntaskan pendidikan Strata 1 dan Strata 2 di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Aktif dalam kegiatan kajian dan memiliki ketertarikan dan pengembangan keilmuan bidang manajemen, pemasaran serta ilmu sosial lainnya.

TENTANG EDITOR



Debi Eka Putri, S.E., M.M.

Lahir di Pematangsiantar tanggal 03 Agustus 1993 dan merupakan Dosen Tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar. Disamping mengajar, juga aktif sebagai *Reviewer* dan Editor di beberapa jurnal nasional Perguruan Tinggi, serta aktif meneliti kajian dibidang keuangan dan bisnis serta berkolaborasi untuk menulis buku yang terkait dengan bidang Manajemen. Pendidikan terakhir dari Program Magister Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.



IRADA SINTA, S.P., M.Si.

Lahir di Kuta Cane Provinsi Aceh tanggal 24 Juli 1994. Irada Sinta juga adalah Dosen Asisten Ahli Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Malikussaleh dan juga pernah mengajar sebagai Dosen Muda di Universitas Medan Area bidang Ekonomi Pertanian. Menyelesaikan pendidikan Sarjana dan Magister melalui Program Fast Track di Universitas Andalas dan berhasil

lulus Magister Agribisnis pada tahun 2017. Minat penelitiannya meliputi Bidang Ekonomi Pertanian, Usaha Kecil Menengah, Manajemen Perkebunan dan Statistik Ekonomi.

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

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 : EC002023110747, 13 November 2023.

Pencipta

Nama : **Aprilina Susandini, Prasetyo Nugroho dkk**
Alamat : Dusun Paddeg RT/RW 006/002, Desa Saroka Kecamatan Saronggi,
Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, 69467.

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Aprilina Susandini, Prasetyo Nugroho dkk**
Alamat : Dusun Paddeg RT/RW 006/002, Desa Saroka Kecamatan Saronggi,
Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, 69467.

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Bu ku**

Judul Ciptaan : **Buku Monograf Pengembangan Pemasaran Garam Fortifikasi Di Madura**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 6 November 2023, di Purbalingga

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 : 000543702

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 Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

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