



Media: Kedaulatan Rakyat

Hari: Rabu

Tanggal: 20 Januari 2021

Halaman: 2

KEBANGKITAN USAHA DI MASA PANDEMI

Pelaku UKM Perlu Geluti Digital Marketing

YOGYA (KR) - Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Yogya mulai tahun ini digencarkan untuk menggeluti bidang digital marketing. Hal itu tidak sebatas melakukan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi melainkan memperkuat konten promosi.

Wakil Ketua Komisi B DPRD Kota Yogya Oleg Yohan, mengaku pihaknya sudah menjalin koordinasi dengan mitra kerja di Pemkot untuk memberikan perhatian yang lebih pada aspek digital marketing.

"Dinas yang menjadi mitra kami seperti Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM, Dinas Perdagangan serta Dinas Pariwisata sudah siap untuk menggulirkan. Kami akan kawal," tandasnya, Selasa (19/1).

Terdapat tiga aspek yang menjadi fokus digital marketing. Masing-masing visualisasi produk melalui video, parasi produk untuk konten promosi, dan pemasaran melalui website, media sosial maupun katalog. Ketiga aspek itu harus mampu dikuasai oleh pelaku UKM meski masih bersifat sederhana.

Oleg mengaku, langkah awal untuk memulai digital marketing ialah pemberian pelatihan bagi pelaku UKM. Terutama mengasah kemampuan dalam membuat konten video menggunakan telepon pintar. "Tidak perlu dengan kamera profesional. Tetapi cukup dengan handphone yang sudah dimiliki. Yang penting bisa mencari sudut pengambilan gambar kemudian mengeditnya. Kemampuan ini perlu dilatih," imbuhnya.

Selanjutnya, yang tidak kalah penting ialah membuat narasi yang mampu memperkuat video. Kemampuan membuat narasi sangat menentukan visualisasi produk agar semakin dilirik serta diminati calon pembeli. Dicontohkannya, UKM yang menjual olahan ketela perlu digambarkan sejak pemilihan bahan bakunya. Kemudian pengolahan produk yang melibatkan kaum ibu terdampak pandemi juga perlu dinarasikan.

"Menarasikan proses dan siapa saja yang terlibat itu bisa menggugah pembeli. Bisa jadi orang yang sebelumnya tidak minat dengan ketela bisa tertarik membelinya sebagai sumbangsih untuk kebangkitan pelaku UKM di masa pandemi. Tentunya produk olahan tersebut harus terstandar dari aspek rasa, higienis dan pengemasan," urainya.

Sementara untuk pemasaran, tidak semua pelaku UKM memiliki website. Sehingga perlu ada peran pemerintah untuk menjembatannya. Seperti membuat katalog secara berkelompok untuk diunggah ke website pemerintah maupun memfasilitasi aplikasi e-commerce atau disebarkan melalui berbagai Whatsapp Group.

Oleg mengaku, dirinya bahkan sudah membina beberapa pelaku UKM sebagai percontohan. Harapannya mereka kelak bisa memberikan semangat bagi pelaku lainnya agar tidak menyepelekan digital marketing sebagai peluang bangkit di masa pandemi. (Dhi)-f

Instansi
1.
2.
3.
4.
5.

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Dinas Pariwisata	Netral	Biasa	Untuk Diketahui
2. Dinas Perdagangan			
3. Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM			

Yogyakarta, 20 September 2026
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005