



PROMOSI POTENSI DAERAH

UMKM Kota Jogja Pamerkan Produk Unggulan di Rakernas Apeksi

Sedikitnya tujuh pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Jogja berpartisipasi memamerkan produk unggulannya dalam perhelatan *Indonesia City Expo (ICE) 2024* di BSCC DOME Balikpapan, Kalimantan Timur. Agenda yang digelar pada Selasa (4/6) hingga Kamis (6/6) itu merupakan salah satu kegiatan utama dalam rangkaian kegiatan Rapat Kerja Nasional Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia (Rakernas Apeksi) XVII.

ICE merupakan event pameran tahunan yang diselenggarakan secara rutin oleh Apeksi bersamaan dengan kegiatan Rakernas. Tahun ini pameran tersebut memasuki yang ke-20 kalinya digelar dengan mengangkat tema *Pameran Pembangunan, Inovasi, Wisata & Produk Unggulan Indonesia* yang ingin merepresentasikan capaian dan kemajuan pembangunan tidak hanya di kota tapi di seluruh daerah di Indonesia.

Kepala Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Jogja Tri Karyadi Riyanto mengatakan tujuh UMKM yang ikut serta dalam pameran itu telah melewati serangkaian kurasi yang ketat. Pelaku usaha yang berpartisipasi adalah pelaku yang benar-benar berkomitmen untuk mengembangkan dan mempromosikan produknya selama pameran berlangsung, sebab dampaknya akan dirasakan dalam jangka panjang.

"Karena tujuan utama dalam pameran ini bukan omzet, tapi bagaimana produknya bisa terpromosikan dengan baik, sehingga bisa dikenal minimal oleh peserta Apeksi yang hadir," katanya, Jumat (31/5). Adapun ketujuh UMKM yang ikut serta dalam pameran itu yakni Gudex Bu Slamet 1946; Batik Bocah;



Ist/Pemkot Jogja

Penjabat Wali Kota Yogyakarta Sugeng Purwanto (empat dari kanan), Kepala Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Jogja Tri Karyadi Riyanto (lima dari kanan) bersama peserta pameran UMKM dari Kota Jogja berfoto bersama di sela-sela ajang *Indonesia City Expo (ICE) 2024* yang digelar Selasa (4/6) hingga Kamis (6/6) di BSCC DOME Balikpapan, Kalimantan Timur.

Kusumavignette Batik; Nur Silver Jewellery; Bakpia Jogkm; Viki Leather; serta Omah Blangkon dan Batik. Semuanya merupakan produk yang lekat dengan nuansa khas Jogja dan diharapkan mereka bisa memperluas jaringan serta berpartisipasi aktif dalam serangkaian acara itu.

"Dalam kurasi itu kami mengedepankan produk yang punya ciri khas Jogja baik itu batik, kuliner dan lainnya. UMKM yang ikut pameran itu juga yang berpikir jangka panjang, mereka dapat relasi dan ke depan keberlanjutan usahanya bagus. Fasilitas dari kami itu hanya stimulus saja," jelasnya.

Totok, sapaannya menjelaskan, dalam pameran ICE ada serangkaian acara yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk berinteraksi dengan para

pengunjung. Kesempatan itu bisa digunakan untuk mempromosikan produk mereka. Tidak hanya transaksi *business-to-business (B2B)*, melainkan pelaku UMKM diharapkan bisa pula menjalin interaksi secara *Government-to-Business (G2B)*.

"Mereka saya beri target menjangkau relasi sebanyak-banyaknya. Nanti mereka secara bergilir ketika ada event pertemuan dengan investor, institusi dan instansi lain sehingga ada tuntutan agar UMKM yang ikut punya penguasaan produk, *knowledge* yang bagus untuk prospek ke depannya," kata Totok.

Totok menyebutkan, berdasarkan pengalaman pameran tahun sebelumnya cukup banyak peserta UMKM Jogja yang berhasil menjalin kemitraan dengan peserta dan

pengunjung. Kesuksesan itu menjadi inspirasi bagi pihaknya untuk turut berpartisipasi dalam setiap pameran Apeksi. Oleh karenanya, omzet bukan merupakan hal yang paling utama dalam keikutsertaan peserta dalam agenda tersebut.

"Potensi dari pameran ini kan sangat besar, mereka bisa bermitra dan menjalin relasi, dengan begitu keberlanjutan usahanya panjang. Kalau cuma pembelian langsung pasti akan berhenti di situ. Jadi target kami bukan omzet tapi bagaimana produk dikenal lebih luas," ungkapnya.

Potensi IKN

Lokasi pameran yang terletak di Balikpapan, Kalimantan Timur menjadi salah satu potensi lain yang harus

dibidik oleh pelaku UMKM Jogja yang ikut serta dalam pameran ICE Apeksi 2024. Tak jauh dari Ibu Kota Negara (IKN) yang berada di provinsi serupa yakni Kabupaten Kutai Kartanegara dan Kabupaten Penajam Paser Utara, pameran ini harus mampu menghasilkan target jangka panjang berupa komunikasi bisnis dan promosi produk.

Menurut Totok, pelaku UMKM yang ikut berpameran harus proaktif. Artinya tidak hanya duduk memamerkan produk dan menunggu saja, melainkan harus memanfaatkan betul potensi acara itu yang bakal dihadiri pejabat pemerintahan, pembeli mancanegara, wisatawan asing, perusahaan swasta, BUMN dan BUMD serta masyarakat umum.

"Wajib jemput bola, karena banyak sekali rangkaian acara di sana dan pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan event dan momentum itu. Kalau mereka bisa menerangkan dan diplomasi soal produk *knowledge* bukan tidak mungkin menarik investor akan datang ke Jogja," kata dia.

Pelaku UMKM pun harus bisa berpikir global melihat ajang pameran yang berskala nasional. Selain itu mereka bisa juga tes pasar dan mengidentifikasi bagaimana karakteristik produk yang diminati oleh peserta yang beragam itu sekaligus mencocokkannya dengan usaha mereka, dengan demikian tercipta perbaikan produk secara terus menerus untuk pengembangan usaha.

"IKN itu kan nanti akan jadi pusat perhatian dunia, jadi mereka harus berpikir luas. Segmen pasarnya bagaimana, kan sudah internasional. Makanya mereka harus tes pasar dan survei pasar, sehingga UMKM yang terlibat pameran itu bergerak dan menjalin relasi," kata dia. (*)

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1.	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 28 September 2024
Kepala

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