



**Disperinkop UKM Kota Jogja Intensifkan Literasi Pemasaran Digital**

## Targetkan Naik Kelas, Ajak Pelaku Usaha Mikro Belajar Buat Konten

Di tengah maraknya media digital sebagai sarana pemasaran, menjadi peluang bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM (Disperinkop UKM) Kota Jogja merespons dengan mengintensifkan literasi pemasaran digital.

**BENTUKNYA**, berupa seminar bertajuk "Optimalisasi Rantai Pasok UKM Kota Yogyakarta melalui Transformasi Digital untuk Peningkatan Daya Saing dan Inklusi Ekonomi". Kepala Bidang UMK Disperinkop UKM Kota Jogja Bebasari Sitarini menyampaikan, tengah mendorong berbagai pelatihan ini agar pelaku usaha bisa melek digital. Lantaran dalam dunia digital, produk bisa dilihat oleh banyak orang sehingga butuh usaha ekstra bagi pelaku UKM.

"Ketika sudah *online* harus siap semuanya. Kami juga mengajak tenaga ahli termasuk *influencer* agar pelaku UKM bisa ikut belajar," terangnya saat acara di Myosotis Coffee And Eatery, kemarin (24/11).

Menurutnya, kunci keberhasilan dalam pemasaran digital adalah konsisten dalam membuat konten. Dia mencontohkan, apabila sehari saja pelaku UKM absen melakukan siaran langsung maka berpotensi ditinggalkan oleh pelanggan setianya. Apabila konsistensi ini dipadukan dengan *branding* produk yang unik maka akan terus diingat oleh para warganet.

Persoalannya, masih banyak keterbatasan literasi pemasaran digital yang dihadapi di lapangan. Misalnya, infrastruktur yang belum memadai, yakni telepon genggam yang tidak kompatibel sehingga memengaruhi kualitas konten yang dihasilkan. Termasuk, pengetahuan



DELMA PURNOMASARI/RADAR JOGJA

sumber daya manusia yang masih kurang. Bebasari mengaku masih menemukan pelaku UKM yang kesulitan beradaptasi dengan berbagai aplikasi.

"Kami pernah melakukan pendampingan membuat konten selama dua bulan. Pelaku UKM bisa konsisten, tetapi saat program selesai berhenti juga," bebarnya.

Kondisi ini juga bisa terjadi karena semua lini usaha yang masih dikerjakan secara sendiri. Mulai dari

membeli bahan baku, membuat produk, hingga pemasaran. Untuk itu penting akan adanya dukungan dari semua elemen. Baik itu, keluarga, masyarakat, dan pemerintah agar mereka bisa jadi pengusaha yang maju dan mandiri.

Sementara itu, Anggota Komisi B DPRD Kota Jogja Oleg Yohan yang turut menjadi narasumber menjelaskan, pelaku UKM harus bisa mengubah pola

**EDUKASI:** Disperinkop UKM Kota Jogja saat menggelar seminar bertajuk "Optimalisasi Rantai Pasok UKM Kota Yogyakarta melalui Transformasi Digital untuk Peningkatan Daya Saing dan Inklusi Ekonomi," kemarin (24/11).

Jadi yang dikejar adalah trafik. Harus ada keunikan yang jadi senjata bagi pelaku UKM ini."

**Oleg Yohan**  
 Anggota Komisi B DPRD Kota Jogja

Oleg mengatakan, pembeli tidak serta merta membeli karena menginginkan produk yang bagus. Bisa jadi justru tertarik dengan cerita di balik pembuatan produk.

Owner Jogja Pasaraya Aditya Suryadinata yang menjadi narasumber ketiga menjelaskan, pemasaran digital menawarkan penjualan jangka panjang. Pasarnya luas, bahkan sampai luar negeri. Namun, begitu pula dengan pesaingannya yang juga berat. "Jadi yang dikejar adalah trafik. Harus ada keunikan yang jadi senjata bagi pelaku UKM ini," katanya. (del/wia/hep)

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

Yogyakarta, 18 Juni 2026  
 Kepala

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