



Cand Dr Hendro Setyono, SE, MSc
Dosen Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Virtual Event Marketing



**Universitas
Ahmad Dahlan**

kegiatan yang memiliki tema dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman bagi konsumen dan promosi sebuah produk atau jasa."

Event merupakan sarana untuk memperkenalkan brand image sebuah produk secara langsung (Y Koh dan Jackson, 2006). Dengan memiliki brand image yang kuat, maka akan dapat membedakan perusahaan dengan pesaingnya, karena brand image suatu perusahaan tidak dapat disamakan dengan brand image perusahaan lain. Dengan menciptakan sebuah event, perusahaan bermaksud memberikan kesan mendalam terhadap konsumen, sehingga dapat meningkatkan brand image perusahaan.

Dengan diadakannya sebuah pemasaran langsung seperti contoh event marketing ini, maka suatu komoditas dapat diperkenalkan dengan baik ke publik. Selain itu bisa juga tercipta sebuah kedekatan emosional dan juga rasional antara konsumen dengan produk yang ada. Hal tersebut bisa terjadi karena konsumen bisa merasakan, menyentuh, dan mendengar secara langsung produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini tentu sangat berbeda dari hanya melihat produk tersebut di iklan ataupun media lainnya.

Dalam melakukan contoh event marketing ini juga perusahaan harus bisa meningkatkan kesan yang mendalam di pikiran para pe-

ngunjung. Apabila saat produk yang Anda promosikan sudah melekat kuat di pikiran konsumen, maka peluang mereka dalam melakukan pembelian ataupun mengkonsumsi produk tentu akan sangat besar. Adapun beberapa tujuan dan fungsi diadakannya event marketing adalah sebagai berikut: 1). Dapat membuat produk diterima di kalangan masyarakat; 2). Memperluas jaringan bisnis; 3). Dapat meningkatkan permintaan produk.

Virtual event adalah pengalaman individu seseorang mengalami sebuah event dengan konten online dan tidak berkumpul bersama. Virtual bukan merupakan pengganti event yang lain namun merupakan tipe baru dan menambah luas dari jenis tipe event. Adapun tipe dari virtual event adalah:

Webinar
biasanya berlangsung 45-80 menit, dapat menampung peserta dari seluruh belahan dunia, dapat dilaksanakan secara gratis ataupun berbayar. Webinar biasanya menggunakan perangkat video conference dengan menyediakan fitur tanya jawab, dapat berupa siaran langsung atau direkam sebelumnya, sesuai dengan nature awalnya yang bersifat edukatif, webinar berkembang ke arah 100% virtual.

Virtual Conferences
Sama halnya dengan conference secara fisik, virtual conferences disusun dengan agenda yang kompleks termasuk keynote namun dilaksanakan menggunakan sebuah media seperti teleconference atau video conference sehingga semua peserta dari berbagai lokasi dapat bergabung.

Podcasts
Podcast adalah episode program yang tersedia di Internet. Podcast biasanya merupakan rekaman asli audio atau video, tetapi bisa juga merupakan rekaman siaran televisi atau program radio, kuliah, pertunjukan, atau acara lain. Podcast biasanya menawarkan tiap episode dalam format file yang sama, seperti audio atau video, sehingga pelanggan selalu bisa menikmati program tersebut dengan cara yang sama. Sebagian pod-

cast, seperti kursus bahasa meliputi beberapa format file, seperti video dan dokumen agar pengajaran berjalan lebih efektif.

Online trainings dan workshops
Training atau pelatihan adalah bagian dari pendidikan yang merupakan sarana pembinaan dan pengembangan karir serta salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. *Online trainings* dan *workshops* biasanya dilakukan melalui *webinars*, sesi tanya jawab, dan membagi materi dalam bentuk PDF atau presentasi.***

BHAYANGKARA FC BERHASIL "MOVE ON"

Badai Covid Tertangani, Liga 1 Tetap Jalan

GIANYAR (KR) - Badai Covid-19 menerjang kompetisi sepakbola kasta teratas tanah air, Liga 1 2021/2022. Hingga, Selasa (1/2) kemarin, tim Satgas Liga 1 telah mengisolasi sebanyak 68 pemain dan official sejumlah klub di kawasan Ubud dan Kuta Bali setelah terdeteksi positif Covid-19. Perwakilan Tim Covid-19 Liga 1, dr Alfian Nur Asyhar didampingi Direktur Operasional PT LIB Sudjarno dalam sesi jumpa pers di Stadion Kompyang Sujana, Denpasar, kemarin, menegaskan dalam catatan sebanyak 12 tim yang terjangkit positif Covid-19, porsinya antara pemain dan official. "Total 68 orang sudah isolasi, terdiri dari 52 pemain dan 16 official. Itu dihitung dari kasus Arema FC sampai Madura United ini," ujar dr Alfian Nur Asyhar.

52 pemain terdiri dari delapan klub meliputi Arema FC (5 pemain), Persija Jakarta (2 pemain), PSM Makassar (1 pemain), Persebaya (3 pemain), Persib (9 pemain), Persiraja (3 pemain dan 2 official), PSS (3 pemain) dan Madura United sendiri (24 orang). Dari total 68 orang, beberapa telah dinyatakan negatif. Ia pun menyebut, kasus merebak di tim Arema FC sudah tertangani. "Dari tim Arema perkembangannya bagus. Hasil dua kali Swab sudah negatif, clear semua. Penyembuhannya berbeda-beda. Ada yang lima hari, sepuluh hari dan 14 hari," tambahnya.

Kabar terbaru datang dari tim Bhayangkara FC dimana seluruh awak tim telah bersih Covid-19. "Arema FC sudah clear, Bhayangkara FC sudah clear. Dari pengalaman itu, kita berha-

rap pemulihan bisa cepat, tentu dengan memilah dan mengisolasi, dengan treatment tertentu," jelas Sudjarno. Sudjarno pun tegas Liga 1 2021/2022 masih akan berlangsung di Bali hingga seri keempat terlebih dahulu sembari menunggu perkembangan. "Sampai sekarang, kami akan menyelesaikan dulu seri empat dan belum ada wacana untuk pindah dari Bali sampai betul-betul normal. Syukur-syukur pertandingan bisa diselesaikan di Bali," lanjutnya.

Sedang laga lainnya tetap berjalan sesuai dengan jadwal. Termasuk laga PSS Sleman melawan Persik, sore ini yang masih direncanakan berjalan sesuai jadwal.

Tadi malam, Bhayangkara FC sukses berhasil *move on* dengan memenangi duel kontra Barito Putera dengan skor 2-1 di Stadion Dipta Gianyar. **(Yud)-f**

Mohon Sambungan hal 1

Namun tanpa pesta kembang api seperti biasa dilakukan sebelum pandemi. "Nantinya juga ada perayaan Imlek pada 8 Februari dan Cap Gomeh," jelas Ping Siang.

Malam tahun baru Imlek ditandai penyalakan ribuan lilin berukuran kecil hingga raksasa setinggi 3 meter dari warga Tionghoa yang hadir secara bergantian hingga tengah malam.

Ketua Perkumpulan Warga Canton Yogyakarta (Perwacy) Frananto Hidayat mengatakan,

menyambut tahun baru Imlek ada tradisi makan yang manis-manis, buah-buahan apel, jeruk dan lainnya agar tahun baru nanti kondisinya lebih manis dan sehat. Juga ada mie panjang umur, ikan dan lainnya, supaya selamat dan panjang umur. Ketua Paguyuban Hakka Jogjakarta (PHJ) Y Rusmin menyatakan, tradisi luhur perayaan Imlek biasanya dengan memberikan angpau pada anak-anak atau yang belum menikah. **(Vin)-d**

Jangan Sambungan hal 1

Semua itu untuk memastikan tidak boleh ada yang berpindah tangan, mengingat semua itu merupakan aset negara," ungkap Kepala Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta, Yetti Martanti, Senin (1/2).

Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY Srie Nurkyatsiwi mengemukakan, upaya penataan PKL di kawasan

Malioboro butuh proses yang bertahap. Sebelumnya Walikota Yogyakarta sudah mengeluarkan Surat Edaran (SE) Walikota yang intinya aktivitas berjalan sudah tidak diperbolehkan di sepanjang Malioboro. Namun gerobaknya masih diperbolehkan berada di sana sampai dipindahkan secara bertahap hingga selesai.

"Semuanya ini berproses dan diatur untuk pemindahannya. Totalnya ada sekitar 1.836 PKL baik di Teras 1 maupun Teras 2 sehingga perlu pengaturan supaya tidak crowded. Ada yang sudah buka di depan, jadi saya berharap komitmen dan dukungan dari masyarakat terhadap penataan PKL yang menjadi bagian revitalisasi

kawasan semi pedestrian Malioboro," ujarnya. Siwi menyebut revitalisasi kawasan semi pedestrian Malioboro ini pada intinya bisa memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pejalan kaki sesuai dengan tata ruang yang telah ditetapkan.

Pengundian dan penempatan lapak tersebut pun di-

serahkan kepada paguyuban komunitas PKL sendiri yang bisa ditempatkan dan sudah tidak boleh berjalan lagi di sepanjang Malioboro mulai 1 Februari 2022.

Pihaknya pun menyiapkan tim yang akan memberikan pemahaman dan pendekatan kepada PKL yang masih berjalan di sepanjang Malioboro.

Sementara itu, puluhan pendorong gerobak di Ka-

Pariwisata Sambungan hal 1

Di masa sebelum pandemi, wisatawan lebih senang memilih destinasi yang ramai. Sementara di masa setelah pandemi lebih condong memilih destinasi wisata alam. Bahkan akhir-akhir ini muncul tren wisata baru menggunakan campervan (mobil untuk kemah) dan glamping (menginap di tenda dengan fasilitas yang mewah), *staycation* (liburan yang menetap) dan *workcation* (bekerja dengan suasana liburan).

Terkait dengan akomodasi, di masa setelah pandemi, wisatawan lebih mengutamakan sanitasi dan keamanan seperti vila atau resort. Sementara sebelum pandemi lebih banyak menggunakan hotel maupun homestay. Untuk transportasi khususnya maskapai penerbangan, sebelum pandemi, wisatawan lebih memikirkan terkait harga penerbangan, jumlah dan durasi transit. Sementara setelah pandemi, lebih fokus pada fasilitas sanitasi, penerbangan langsung dan waktu transit yang pendek. Untuk kebersihan, setelah pandemi, wisatawan lebih memilih akomodasi dan destinasi wisata yang sudah mengimplementasikan CHSE yakni *Cleanliness* (kebersihan), *Health* (kesehatan), *Safety* (keamanan), dan *environment sustainability* (kelestarian lingkungan). Sementara sebelum pandemi, kebersihan tidak menjadi hal yang utama.

Perubahan perilaku wisatawan tersebut

harus ditangkap secara jeli oleh pelaku industri pariwisata. Hal ini sangat penting agar industri pariwisata nasional dapat pulih kembali setelah mengalami masa-masa sulit sejak dua tahun lalu. Salah satu cara untuk pemulihan ekonomi sekaligus keberlanjutan lingkungan dan budaya di sektor pariwisata adalah dengan menerapkan pariwisata berkualitas. Pariwisata berkualitas menekankan pada kualitas kunjungan bukan tingkat kunjungan. Ada tiga poin penting dalam konteks implementasi pariwisata berkualitas.

Pertama, daya beli wisatawan. Destinasi wisata harus mampu membuat wisatawan nyaman sehingga pengeluaran dan lama tinggal menjadi maksimal. Meskipun jumlah wisatawan tidak terlalu banyak, tetapi daya beli wisatawan tinggi maka efek ekonomi akan sangat besar. Tren munculnya wisata keluarga dan wisata dengan jumlah anggota sedikit harus dioptimalkan oleh pengelola destinasi.

Hal ini juga sejalan dengan komitmen Kemenparekraf yang menekankan pariwisata berkualitas yang diharapkan mampu meningkatkan devisa negara lebih banyak lagi. Dalam hal ini Kemenparekraf harus mampu mencontoh Australia yang hanya dengan jumlah 10 juta wisatawan, tapi mampu menghasilkan devisa sebesar 45 miliar US Dolar. Sementara, Indonesia, kunjungan wisatawan menca-

pai 16 juta, tetapi devisa yang dihasilkan di bawah 20 miliar US Dolar (2019).

Kedua, keberlanjutan lingkungan. Dalam konteks ini, pariwisata berkualitas memberikan pemahaman yang mendalam terkait dengan aspek pelestarian lingkungan di destinasi wisata daripada pariwisata massal yang cenderung merusak lingkungan. Pariwisata berkualitas sekaligus mampu mendorong terwujudnya Sustainable Development Goals (SDGs) 2030 yang bertujuan untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan dan melindungi lingkungan.

Ketiga, kepedulian pelestarian budaya lokal. Pariwisata berkualitas mengedepankan pentingnya pelestarian budaya lokal. Wisatawan dapat beradaptasi dan berinteraksi dengan masyarakat lokal terkait dengan keunikan budaya setempat seperti yang terjadi di desa wisata baik di Bali maupun Yogyakarta. Hal ini akan memberikan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan dan berpotensi wisatawan untuk berkunjung kembali.

Dapat disimpulkan bahwa pariwisata berkualitas menjadi solusi di tengah pandemi. Tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menekankan pentingnya kelestarian lingkungan dan budaya.

(Penulis adalah Dosen Prodi Bisnis Perjalanan Wisata Sekolah Vokasi UGM)-d

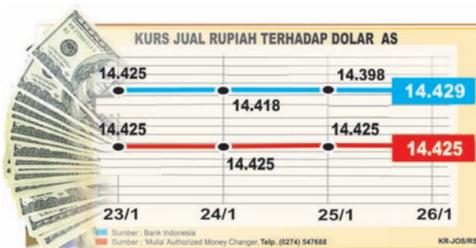
Kasus Sambungan hal 1

Hal itu diketahui setelah hasil Whole Genome Sequencing (WGS) di Universitas Gadjah Mada (UGM). Warga Jakarta itu tidak berdomisili di Yogyakarta, tapi hanya melakukan kunjungan dan sempat dirawat di salah satu rumah sakit di Yogya. Saat ini pasien sudah dinyatakan sembuh dan diperbolehkan kembali ke Jakarta.

"Berdasarkan hasil WGS yang kami terima, Minggu (30/1), ada seorang warga Jakarta positif Omicron tapi sudah sembuh. Diketahui positif Covid-19 usai pemeriksaan PCR dengan Cycle Threshold (CT) rendah yakni di bawah 30. Pasien kemudian dirawat di RS sambil menunggu hasil pemeriksaan tes PCR S-gene target failure (SGTF) dan dinyatakan probable Omicron, kemudian dilanjutkan pemeriksaan WGS di FK-KMK UGM. Tapi saat ini pasien tersebut sudah sembuh dan kembali ke Jakarta," ungkap Sekda DIY K Baskara Aji.

Kuat Suparjono mengatakan, sedikitnya ada 53 pendorong gerobak yang terpaksa harus kehilangan pekerjaan dan minta solusi dari Pemda. Para pendorong gerobak mengaku belum siap menerima dampak dari relokasi PKL ke lokasi baru. Pasalnya, mereka membutuhkan waktu untuk mencari pekerjaan lain, mengantar rencana pemerintah merelokasi pedagang dinilai mendadak. **(Ria/Ira)-d**

cukup signifikan pihaknya meminta kepada masyarakat untuk lebih memperhatikan protokol kesehatan. Apalagi saat ini varian Omicron semakin merebak di sejumlah daerah. "Untuk menekan terjadinya penularan, prokes harus diperketat dan disiplin," tandasnya. **(Ria/Ira)-d**



KURS JUAL RUPIAH TERHADAP DOLAR AS

Tanggal	Kurs Jual
23/1	14.425
24/1	14.418
25/1	14.425
26/1	14.429

Sumber: Bank Indonesia
Sumber: Muka Authorized Money Changer. Telp. (0274) 547588
KR-JSR/2022

Prakiraan Cuaca Rabu, 2 Februari 2022

Lokasi	Pagi	Siang	Malam	Dimi Hari	Suhu C	Kelembaban
Bantul	☁	☁	☁	☁	23-31	70-95
Sleman	☁	☁	☁	☁	22-30	70-95
Wates	☁	☁	☁	☁	23-31	70-95
Wonorejo	☁	☁	☁	☁	23-30	70-95
Yogyakarta	☁	☁	☁	☁	23-31	70-95

☀ Cerah ☁ Berawan ☁ Udara Kabur ☁ Hujan Lokal ☁ Hujan Pelir

Grafis: Adia

Financial Technology Peer To Peer Lending Sebagai Solusi Pembiayaan UMKM dan UMKM Go Digital



Reza Widhar Pahlavi SE, MM, CSA
Dosen Prodi S1 Kewirausahaan
Universitas Amikom Yogyakarta

antara financial dan technology memunculkan instrumen keuangan baru. Inovasi digital dapat diartikan sebagai penerapan dari teknologi baru terhadap praktik bisnis yang telah ada. Untuk tetap kompetitif di era digital setiap perusahaan harus memperhatikan diri mereka sebagai bisnis berteknologi. Pesatnya perkembangan teknologi informasi, suka tidak suka membuat para pelaku bisnis harus melakukan penyesuaian dalam strategi bisnisnya. Munculnya fintech diharapkan dapat memberi solusi pada masalah pembiayaan dan transaksi keuangan yang banyak sekali dialami oleh para pelaku UMKM. Digitalisasi UMKM merupakan praktik atau pemanfaatan hasil *market intelligence* guna

pengembangan produk yang dapat berdampak pada pertumbuhan UMKM. Pentingnya peran teknologi mampu mengubah kebiasaan dan perilaku para pelaku usaha khususnya pelaku UMKM.

Perkembangan teknologi informasi yang didukung dengan pesatnya penggunaan internet memunculkan beberapa layanan fintech yang akan mempermudah pelaku UMKM untuk mendapatkan layanan keuangan secara digital. Pemerintah beserta dengan stakeholder terkait pengembangan fintech perlu mengeluarkan kebijakan lanjutan terkait peningkatan daya dukung *fintech peer to peer (P2P)* lending terhadap UMKM. Kebijakan tersebut di antaranya adalah berinteraksi bersama dengan Otoritas

Jasa Keuangan (OJK) harus segera mengeluarkan kebijakan yang lebih komprehensif yaitu selama ini belum ada payung hukum secara undang-undang yang mengatur secara nyata fintech khususnya P2P lending di Indonesia.

Peraturan atau regulasi diperlukan bagi penciptaan iklim dan ekosistem yang mendorong pengembangan fintech P2P lending di Indonesia. Hal ini diperlukan agar pelaku UMKM dengan mudah mengakses dana melalui fintech UMKM namun tetap dilindungi dengan adanya payung hukum yang pasti. Fintech peer to peer (P2P) lending menaruh perhatian khusus pada UMKM. Menerapkan produk pinjaman yang lebih mudah di akses o-

leh pengusaha UMKM, dengan proses lebih simpel, persetujuan lebih cepat dan produk lebih sesuai. Konsep *peer to peer* yang melepaskan peran bank sebagai perantara, membuat proses pinjam meminjam menjadi lebih fleksibel, inovatif dan cepat. Selama ini, hambatan terbesar pelaku UMKM adalah tidak memiliki jaminan untuk mengajukan kredit pinjaman. Fintech peer to peer (P2P) lending membuat produk kredit UMKM yang jaminannya adalah tagihan atau invoice, tidak perlu jaminan berupa aset.

UMKM didorong untuk mengikuti jalur pertumbuhan usaha yang kompleks untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka dengan mengikuti perkembangan



**UNIVERSITAS
AMIKOM
YOGYAKARTA**
Creative Economy Park

teknologi (Ardito et al., 2021). Perlunya pembinaan terhadap pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan literasi, akan sangat terbantu contohnya dengan hadirnya fintech yang dapat dengan lebih praktis dan mudah memberikan akses pembiayaan kepada para pelaku UMKM. Kehadiran sejumlah perusahaan fintech turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM. Teknologi digital mengubah lingkungan pasar, membuka tantangan baru dan sekaligus peluang bagi UMKM.

Beberapa potensi dampak digitalisasi bagi UMKM, mulai dari peningkatan produktivitas, peningkatan kualitas proses dan efisiensi proses, proses pengambilan keputusan yang lebih baik, fleksibilitas yang unggul, pengurangan waktu ke pasar, inovasi model bisnis, peran baru perusahaan. Konsumen dan yang tak kalah pentingnya, kelestarian lingkungan (Garri & Konstantopoulos, 2013).

Alasan untuk berfokus pada kesadaran digital individu terletak pada kesadaran akan transformasi digital sebagai kekuatan dinamis akan perubahan sosial ekonomi dan pendorong penting untuk pertumbuhan, daya saing, kinerja dan keunggulan kompetitif UMKM.***