



KR - Istimewa

Maskop saat melaksanakan aksi damai.

'Maskop' Tolak Radikalisme

SLEMAN (KR) - Mahasiswa Yogyakarta yang tergabung dalam Masyarakat Warung Kopi (Maskop) melakukan aksi damai turun ke jalan di pertigaan UIN Sunan Kalijaga (Suka) Yogyakarta, Rabu (6/10). Aksi ini sebagai bentuk keprihatinan karena maraknya paham radikalisme di kampus. "Maskop menyatakan stop dan menolak segala bentuk aksi radikalisme di lingkungan kampus, menolak doktrin radikalisme sejak dini di lingkungan sekolah dan hentikan segala tindakan provokatif intoleransi agama yang memecah belah bangsa," kata Firmanto, Ketua Maskop, Kamis (7/10).

Maskop menegaskan akan bekerja sama dengan pemerintah (Polri, TNI, Dinas Pendidikan dan BNPT) untuk mencegah penetrasi paham radikal di kampus, karena jika dibiarkan sangat berbahaya bagi keutuhan bangsa Indonesia. Melalui aksi ini, Maskop ingin landasan negara Pancasila dan UUD 1945 selalu dipegang teguh kalangan mahasiswa yang harus bisa membedakan antara ideologi Pancasila dengan paham radikalisme dan gerakan terorisme. **(Jay)-d**

Pelajar NU Harus Konstruktif

YOGYA (KR) - Mengusung tema 'Mengaktualisasikan Kader IPNU-IPPNU yang Konstruktif dan Transformatif di Era Modernisasi', PC Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) Kota Yogyakarta menggelar Latihan Kader Muda (Lakmud) 2021 di Pondok Pesantren Lintang Songo, 1-3 Oktober 2021. Melalui kegiatan ini diharapkan kader muda terus melakukan transformasi agar dapat adaptif terhadap perkembangan zaman.

Ketua PC IPNU Kota Yogyakarta Fairaz menyampaikannya, dalam proses aktualisasi ini pengetahuan pemuda harus berpikiran terbuka, toleransi dan memberikan permakluman dalam proses mencari. Akumulasi pengetahuan menjadi salah satu hal yang sangat urgen kaitannya dengan implementasi ilmu pengetahuan dan gagasan dalam organisasi.

"Kami berharap dari Lakmud 2021 ini dapat menjadi ruang produksi pengetahuan sekaligus gagasan. Organisasi IPNU-IPPNU dapat menjadi wadah untuk mendistribusikan dan implementasi ilmu pengetahuan," katanya.

Oleh Karena itu sebagai kader harus mampu memanajemen waktu dengan baik dan memiliki inovasi sebagai kunci di era saat ini. Dalam setiap langkah, secara pribadi maupun organisasi harus mempunyai bangunan argumentasi yang konstruktif dan langkah transformatif (adaptif-kreatif-inovatif). **(Feb)-d**

EKONOMI

Astra Motor Gelar Custom Playground



KR-Istimewa

Salah satu motor yang ditampilkan dalam Honda Custom Playground.

YOGYA (KR) - Astra Motor Yogyakarta (AMY) bersama dengan PT Astra Honda Motor menggelar Honda Custom Playground di Atrium Plaza Ambarukmo, Rabu-Selasa (6-12/10). Berkolaborasi dengan artisan dan brand lokal menjadi salah satu bentuk dukungan Honda kepada pegiat Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya di bidang kreatif. AMY menggandeng KSJ yang merupakan distributor cat untuk sepatu serta ED Custom Helmet yang merupakan artisan helm-helm kustom. Kedua artisan lokal tersebut mewakili tren di kalangan muda saat ini yaitu *shoes painting* dan kustom helmet.

"Melalui Honda Custom Battle kali ini kami ingin mendekatkan UKM lokasi di industri kreatif yang memiliki kebaruan dan kedekatan dengan gaya hidup generasi muda masa kini. Harapannya masyarakat semakin kenal dengan UKM yang ada di sekitarnya dan dapat berkontribusi dalam perkembangan industri kreatif," ungkap Marketing Manager Astra Motor Yogyakarta Thomas Pradu, Kamis (7/10). **(Awh)**

Pelaku UMKM Jangan Saling Menjatuhkan

YOGYA (KR) - Penghageng Tepas Tandhayekti, Divisi Khusus Teknologi Informasi dan Dokumentasi Kraton Yogyakarta GKR Hayu mendorong para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di DIY untuk terus berusaha mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital guna memajukan usahanya. "Pandemi Covid-19 telah memaksa kita untuk melakukan banyak perubahan, termasuk dalam dunia usaha. Pemanfaatan teknologi digital mau tidak mau harus kita lakukan, meskipun masih dihadapkan pada banyak kendala. Dalam kondisi seperti sekarang, para pelaku UMKM hendaknya juga saling berkolaborasi, jangan justru saling menjatuhkan atau



KR-MN Hasan

GKR Hayu menerima cenderamata dari Cindy Harianto.

mematikan," tandas GKR Hayu dalam Talkshow 'UMKM Lokal, Go Digital', Kamis (7/10).

Kegiatan yang diselenggarakan Artugo bersama UFO Elektronika di UFO Elektronika, Jalan Magelang Yogyakarta ini disiarkan secara live streaming melalui Instagram dan Facebook resmi Artugo, diikuti

para pelaku UMKM di DIY. Narasumber lainnya, Branch Manager Artugo Yogyakarta Ainur Yanni dan Wakil Direktur UFO Elektronika Cindy Harianto Poedji.

GKR Hayu mengakui, tidak semua pelaku UMKM sudah terbiasa dengan teknologi digital, misalnya saja para pedagang di pasar-pasar tradisional. Karena

itu, dibutuhkan peran Pemerintah maupun dunia usaha untuk menjembatani kesenjangan tersebut. "Yang jelas, dalam kondisi terdampak pandemi seperti ini, para pelaku UMKM harus saling bekerja sama. Jangan pelit berbagi ilmu. Tidak ada ruginya kita berbagi pengalaman dan ilmu kepada orang lain," pesannya.

Menurut Ainur Yanni dan Cindy Harianto, saat ini geliat UMKM mulai kelihatan. Aktivitas dunia usaha juga mulai meningkat. Selaku penyedia peralatan rumah tangga maupun bisnis, pihaknya berharap kondisi ini terus membaik sehingga pelaku UMKM maupun bisnis secara umum juga terus berkembang. **(San)**

YOGYA (KR) - Industri Kecil Menengah (IKM) di DIY sudah saatnya mengelola usahanya secara profesional, termasuk dalam hal pemasaran terlebih di era digitalisasi maupun di masa pandemi Covid-19.

Untuk itu, pelaku IKM harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat menghadapi kondisi pasar akibat perkembangan teknologi dan pandemi supaya usaha berjalan maksimal serta berkembang.

Hal tersebut ditekankan Plt Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) DIY Aris Riyanta di Yogyakarta, Kamis (7/10). Disperindag DIY dalam hal ini menggandeng pelaku IKM yang sudah berkembang, praktisi dan akademisi guna memberikan sosialisasi upaya peningkatan kualitas pengelolaan usaha pelaku IKM.

"Kebertanggungjawaban usaha atau sustainability dan kepercayaan atau trust konsumen atau masyarakat perlu dipelihara dengan sebaik mungkin. Sehingga

IKM diminta mengelola usahanya secara profesional, salah satunya perihal pemasaran atau marketing. Dengan demikian dibutuhkan strategi pemasaran agar usaha berjalan maksimal dan berkembang menjadi lebih besar," tutur Aris. Sementara Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UGM Teguh Budiarti menyatakan terdapat 3 hal pokok penting yang harus diperhatikan dalam pemasaran yaitu Pemasar, Pasar dan Pesaing. Pemasar yang dimaksudkan adalah individu atau organisasi yang menciptakan, mempertukarkan dan menyampaikan nilai-nilai, membangun relasional, dan membangun jaringan pasar pada periode waktu maupun tempat tertentu. "Pasar adalah himpunan

individu dan organisasi yang mempunyai kebutuhan dan keinginan, berdaya beli, berminat membeli barang dan jasa. Selanjutnya Pesaing adalah pemasar lain yang memperebutkan pasar yang sama, dengan mempertahankan atau merebut, mengikuti pemimpin pasar atau men-

cari pasar pinggiran dengan cara berperang atau bekerja sama," paparnya. Owner Bahana Batik Erwin Yuniati menambahkan, dalam membuat strategi pemasaran, kompetensi yang harus dimiliki pengusaha adalah kritis, kreatif, komunikatif dan kolaborasi untuk mewujudkan usaha

yang sukses. Komunikatif sangatlah penting dalam pemasaran, dalam berkomunikasi dengan calon pelanggan maka harus mempunyai artikulasi, intonasi, volume suara, audability, pitch, stressing penekanan kalimat, kecepatan berbicara, kelancaran, warna suara dan tone yang baik. **(Ira)**

Pengajar Kampus Jangan Jadi 'Diktator'

YOGYA (KR) - Para pengajar di kampus hendaknya tidak menjadi seorang 'diktator'. Dalam arti hanya mengandalkan ajarannya pada diktat dan ujian semata. Membuat diktat, disampaikan di kelas, lalu ujiannya hanya keluar dari diktat, sehingga tidak ada referensi lain apalagi mahasiswa diajak studi terhadap buku yang harus dibaca dan soal-soal ujian berasal dari buku yang tidak ada di dalam diktat.

"Sekarang sudah banyak buku elektronik. Biasakan tukar-menukar informasi tentang buku baru terutama yang terkait dengan ilmu-ilmu yang dikembangkan di Universitas Widya Mataram ini," kata Ketua Yayasan Mataram Prof Moh Mahfud MD dalam sambutannya pada Dies Natalis ke-39 Universitas Widya Mataram (UWM) Yogyakarta melalui aplikasi zoom, Kamis (7/10).

Peringatan Dies Natalies

UWM dilaksanakan di Pendapa Agung Ndalem Mangkubumen Yogyakarta, bertajuk 'Hamemayu Hayuning Widya Mataram dalam Membangun Budaya dan Karakter Bangsa' Acara ini dilaksanakan secara luring terbatas dan melalui zoom. Ikut memberikan sambutan dalam acara tersebut Plt Ketua L2DIKTI V Bhimo Widyo Andoko serta Laporan Tahunan Rektor UWM Prof Edy Suandi Hamid. Orasi Ilmiah disampaikan

Dr Octiva Angraini berjudul 'Gender Digital Divide dan Pemberdayaan Perempuan'.

Mahfud yang juga Menkopolkukam pada kesempatan itu, menekankan pentingnya kampus terus mengembangkan budaya literasi dalam dunia pendidikan. Kampus harus membangun keyakinan kepada para mahasiswa agar menyadari dan menghayati, dunia kemahasiswaan dan dunia perguruan tinggi itu adalah mandiri.

"Mahasiswa tidak lagi terlalu banyak bergantung pada kuliah-kuliah di kelas. Tetapi sebagian besar ilmu yang harus diperoleh dari setiap mata kuliah itu harus dicari sendiri," tambahnya.

Menyinggung soal kam-



KR-Istimewa

Rektor UWM memasuki ruang sidang Dies Natalies.

pus berbasis budaya, Mahfud MD mengingatkan kembali, berdirinya UWM ini tidak dimaksudkan untuk menambah daftar perguruan tinggi yang jumlahnya hampir 100 di DIY waktu itu. Tetapi, kampus ini didirikan karena ingin memberi sumbangan bagaimana universitas itu dikembangkan berdasarkan kearifan budaya Indonesia.

"Apa itu budaya? Budaya

adalah hasil daya kita, rasa dan karsa manusia. Oleh sebab itu, kalau mau berbas budaya, pendidikan yang dibangun di UWM ini adalah pendidikan yang menimbulkan ide-ide besar, membiasakan mahasiswa agar memiliki ide-ide orisinal, pembaharuan, tetapi tidak membahayakan. Ada rasa, artinya kearifan hati Nurani," tandas Mahfud MD. **(Fsy)-d**

Peduli Kesehatan Mata Anak Lions Club Adakan Baksos

JAKARTA (KR) - Lions Club Jakarta Kelapa Gading Jaya bersama klub-klub lain yang tergabung dalam Daerah 4B Distrik 307A1 Lions Club Indonesia, seperti Lions Club Elysium, Lions Club Centennial Trainers, Lions Club Gading Cemara dan Lions Club Infinity Coaches, mengadakan bakti sosial (baksos) dengan tema 'Mataku Jendelaku'. Kegiatan ini, berupa pemeriksaan mata dan pemberian kaca mata gratis kepada para siswa di SDN 03 Kelapa Gading Timur Jakarta Utara.

"Penerapan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) di masa pandemi Covid-19 bisa meningkatkan risiko komplikasi pada mata anak. Hal itu dikarenakan PJJ mewajibkan anak menggunakan gawai, sehingga memiliki andil besar dalam meningkatkan potensi

anak terserang miopia. Seringkali, kondisi ekonomi keluarga yang tertekan semasa pandemi juga menyebabkan pemeriksaan mata anak tidak menjadi prioritas utama dalam keluarga," kata Ketua Daerah 4B Lions Club Indonesia Distrik 307A1, Indra Hadiwidjaja dalam keterangan persnya yang diterima KR, Kamis (7/10).

Indra mengatakan, adanya beberapa hal di atas yang mendasari Lions Club secara rutin mengadakan bakti sosial berupa pemeriksaan mata secara gratis dan menggalang bantuan penyediaan frame dan lensa mata di beberapa sekolah. Sayangnya, masih ditemukan banyak anak di Indonesia yang mengalami miopia atau mata minus, namun tidak disadari atau tak memiliki akses untuk tindakan dan penanganan. **(Ria)-d**

Info Bank Jateng

MELATIH UMKM KUASAI PASAR DIGITAL (1) Berobsesi Kuasai Pasar Mancanegara

BANK Jateng tiada pernah henti menyuntikkan semangat motivasi sekaligus membekali keterampilan lewat berbagai pelatihan kepada seluruh UMKM. Misi dijalankan agar di tengah situasi pandemi Covid-19, UMKM tidak mengendorkan inovasinya guna dalam meningkatkan volume penjualan terhadap produk yang dihasilkan.

Targetnya, produk UMKM segera terjual dan bergulir. Begitu seterusnya. Maka desain yang dijalankan, seluruh titik strategis penjualan harus dimaksimalkan. Termasuk berani dan merambah ke pasar online atau pasar digital yang kecenderungan kian diminati konsumen. Motivasi yang disuntikkan Bank Jateng kepada para pelaku UMKM, jangan hanya terpaku menggaet pembeli lokal semata, namun sudah saatnya berani berkompetisi dalam memasarkan produknya hingga mancanegara.

Untuk memfasilitasi penjualan, Bank Jateng sebagai perbankan kepercayaan masyarakat Jawa Tengah terampil untuk melatih pelaku UMKM di provinsi ini agar mereka tetap survival dan dapat bangkit selama masa pandemi yang kini mereda secara tajam. Bank Jateng memaksimalkan pelatihan digital marketing ditujukan untuk para nasabah. Teknis yang dilakukan, setiap cabang mengirimkan nasabahnya ke kantor pusat Bank Jateng untuk selanjutnya dibimbing, diarahkan dengan diberi pelatihan. Sebagai Direktur Utama saya mengasaskan Direktur Bisnis Ritel dan Unit Usaha Syariah Bank Jateng Irianto Harko Saputro untuk menjalankan misi tersebut.

Pelatihan di masa pandemi tersebut dimulai pada 12 April 2021, arahnya untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam berjualan secara online. Peserta dilatih berjualan memanfaatkan media sosial seperti



instagram, whatsapp, dan beberapa marketplace.

Bank Jateng senantiasa menekankan dan mengarahkan para nasabahnya, penjualan lewat media sosial sebagai strategi alternatif yang harus dilakukan kalangan UMKM di tengah situasi pandemi Covid-19. Pokoknya pemasaran harus bergerak, tidak boleh terhenti. Para pelaku UMKM harus menyadari sepenuhnya, dalam situasi pandemi penjualan dengan metode konvensional atau bertemu langsung dengan konsumen tentu tidak memungkinkan dilakukan. Mengingat seluruh lapisan masyarakat diwajibkan melaksanakan protokol kesehatan secara ketat. Untuk itu, strategi jemput bola dapat dimanfaatkan seluruh pelaku UMKM termasuk yang menjadi mitra Bank Jateng.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat setidaknya ada 196,7 juta pengguna aktif internet di Indonesia pada 2020. Artinya, ada 73,7 persen penduduk Indonesia yang sehari-harinya berselancar di dunia maya. Hal itu menunjukkan 73,7 persen tersebut sebagai pasar potensial untuk mengembangkan pemasaran melalui digital.

Dari jumlah tersebut Jawa menjadi wilayah dengan jumlah pengguna internet terbanyak, yakni 55,7 persen. Disusul Sumatra dengan 21,6 persen, Sulawesi 7 persen, Kalimantan 6,3 persen, Bali dan Nusa Tenggara 5,2 persen, dan Maluku serta Papua dengan 3 persen. Sebagian besar masyarakat Indonesia mengakses internet menggunakan smartphone, sehingga pemanfaatan media sosial akan sangat efektif untuk memasarkan produk ataupun jasa.

(Disampaikan Direktur Utama Bank Jateng Dr Supriyatno MBA kepada Wartawan KR Isdiyanto Isman).