

PENGEMBANGAN E-KATALOG UNTUK PENINGKATAN PROMOSI DAN KOMERSIALISASI BIDANG AKADEMIK DAN NON AKADEMIK

Oleh: Tien Aminatun, Siswantoyo, Ari Iswanto, M. Wahyu Arga, Ardi Ariyanto, dan Anggita Ratih P

ABSTRAK

Setelah menjadi PTN-BH UNY harus kreatif untuk dapat meningkatkan pendapatan (*income generating*). Dalam rangka meningkatkan income generating maka perlu digali potensi apa yang dimiliki oleh UNY, baik akademik maupun non akademik, agar dapat dikomersialisasikan atau dijual sebagai produk-produk unggulan UNY, baik barang maupun jasa atau layanan. Selain itu, kegiatan promosi juga mutlak diperlukan. Oleh karena itu, tujuan dari kajian ini adalah: (1) mengidentifikasi dan mendeskripsikan produk-produk Bidang Perencanaan dan Kerjasama untuk kemudian didaftarkan hak ciptanya sebagai bentuk promosi dan komersialisasi dalam rangka perubahan UNY menjadi PTNBH; dan (2) mengembangkan E-katalog berupa flip book yang berisi promosi produk-produk unggulan UNY maupun produk dari Bidang Perencanaan dan Kerjasama yang telah didaftarkan hak ciptanya.

Kajian ini merupakan penelitian pengembangan, yaitu untuk menghasilkan media promosi yang berupa e-katalog berbasis *flipbook*. Langkah-langkah dalam kajian ini adalah: (1) Analisis kebutuhan; (2) Identifikasi produk-produk unggulan UNY; (3) Identifikasi produk-produk unggulan Bidang PK; (4) Registrasi HKI produk-produk Bidang PK; (5) Penyusunan e-katalog (*flip book*); (6) Proses validasi; (7) Revisi produk; dan (8) Diseminasi produk.

Hasil kajian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Hasil identifikasi produk unggulan UNY yang akan dimasukkan ke dalam e-katalog sebagai *pilot project* adalah 45 item, yang terdiri atas produk barang dan jasa/layanan, sedangkan produk Bidang Perencanaan dan Kerja Sama teridentifikasi 10 item; dan (2) E-katalog berbasis *flip book* yang berisi promosi produk-produk unggulan UNY telah dihasilkan, akan tetapi masih belum mengakomodasi semua produk yang dihasilkan oleh semua unit di UNY, selain itu hasil diseminasinya juga masih perlu dimonitoring dan dievaluasi.

Kata Kunci: *e katalog, komersialisasi, promosi*