

BISNIS ONLINE DAN DIGITAL MARKETING WRAPPING BOUQUET X BEAUTY DEMO BASIC TO PRO

Fajrillah¹, Lusiah², Lenny Menara Saragih³, May Handri⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas IBBI
e-mail:fajrillahhasballah@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk menjelaskan dalam mengembangkan bisnis online dan pemasaran digital dengan fokus pada produk "Wrapping Bouquet X Beauty Demo Basic to Pro." PKM ini bertujuan untuk mengidentifikasi alasan pemilihan topik ini dan menggambarkan pentingnya pengabdian kepada masyarakat dalam memahami metode bisnis online dan pemasaran digital di industri bunga dan kecantikan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah survei dan analisis data dari pemilik bisnis, pemasar, dan pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara, dan observasi langsung untuk mendapatkan informasi yang komprehensif tentang pengalaman dan kebutuhan mereka terkait bisnis online dan strategi pemasaran digital. Hasil PKM menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital menjadi kunci dalam mengembangkan bisnis online "Wrapping Bouquet X Beauty Demo" dari tingkat dasar hingga profesional. Dengan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan strategi konten, para pemilik bisnis dapat mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka secara signifikan. Kesimpulan dari pengabdian ini adalah pentingnya pemahaman tentang teknik dan metode pemasaran digital bagi pemilik bisnis dan pemasar dalam mengembangkan bisnis online. Melalui penerapan strategi yang tepat, bisnis dapat berhasil mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan keuntungan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya adaptasi terhadap perubahan tren digital dan kebutuhan pelanggan guna tetap relevan dalam industri yang kompetitif.

Kata kunci: Bisnis Online, Pemasaran Digital, Pengabdian Masyarakat

Abstract

This community service activity (PKM) aims to explain how to develop an online business and digital marketing with a focus on the product "Wrapping Bouquet X Beauty Demo Basic to Pro." This PKM aims to identify the reasons for choosing this topic and illustrate the importance of community service in understanding online business methods and digital marketing in the flower and beauty industry. The methods used in this service are surveys and data analysis from business owners, marketers and customers. Data was collected through interviews and direct observation to obtain comprehensive information about their experiences and needs regarding online business and digital marketing strategies. The PKM results show that digital marketing strategies are key in developing the online business "Wrapping Bouquet X Beauty Demo" from basic to professional levels. By leveraging social media, e-commerce platforms and strategic content, business owners can reach a wider audience and significantly increase their sales. The conclusion from this dedication is the importance of understanding digital marketing techniques and methods for business owners and marketers in developing an online business. Through implementing the right strategy, a business can successfully reach a wider market and increase profits. This research also explains the importance of conditions for changing digital trends and customer needs in order to remain relevant in a competitive industry.

Keywords: Online Business, Digital Marketing, Community Service

PENDAHULUAN

Bisnis online dan digital marketing telah menjadi topik yang semakin penting dalam era digital saat ini. Bisnis online memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka secara online dan menjangkau pasar yang lebih luas. Digital marketing juga memainkan peran penting dalam mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Namun, masih banyak pelaku usaha kecil yang belum memanfaatkan potensi bisnis online dan digital marketing secara maksimal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bisnis online dan digital marketing kepada pelaku usaha kecil, khususnya dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo.

Beberapa isu terkait dengan masalah yang diselesaikan adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan bisnis online dan digital marketing, kurangnya akses ke sumber daya dan informasi yang relevan, serta kurangnya dukungan dan pendampingan dari pihak yang berpengalaman dalam bidang ini.

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang relevan dengan tema kegiatan pengabdian ini antara lain:

1. Penelitian oleh (Yogesh & Nallasivam, 2019) membahas tentang cara sukses mengadopsi dan menerapkan digital marketing sebagai strategi dalam rencana bisnis bagi usaha kecil dan start-up.
2. Penelitian oleh (Sun, 2022) menganalisis dan merangkum situasi saat ini dan ruang pengembangan digital marketing dalam industri, serta membahas potensi pasar yang besar.
3. Penelitian oleh (Theben, 2021) meneliti dampak pemasaran melalui game online dan advergaming terhadap perilaku anak-anak.
4. Penelitian oleh (De Pelsmacker et al., 2023) meneliti tentang komunikasi pemasaran, terutama komunikasi internet, teknik penelitian, dan pemasaran anak-anak dan remaja.
5. Artikel oleh (FRAZIER, 2023) membahas tentang strategi media sosial untuk bisnis gift basket, termasuk cara memasarkan produk secara online dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.
6. Bulletin oleh (Rivera et al., 2020) menyediakan informasi tentang program pendidikan dan pelatihan di bidang bisnis dan pemasaran.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bisnis online dan digital marketing kepada pelaku usaha kecil dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha dalam memanfaatkan bisnis online dan digital marketing, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan dukungan dan pendampingan yang dibutuhkan oleh para pelaku usaha kecil untuk mengembangkan bisnis mereka.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilakukan dengan cara memberikan materi dan unjuk demo mengenai bisnis online dan digital marketing dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo. Selanjutnya, pendampingan dilakukan untuk membantu para pelaku usaha kecil dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari dalam bisnis mereka. Metode pelatihan dan pendampingan ini sudah terbukti efektif dalam kegiatan pengabdian sebelumnya, seperti pada kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Umkm et al., 2023) dan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Negeri Semarang (Syifana, Mega, 2018). Dalam kegiatan pengabdian ini, metode pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan menggunakan ceramah, demonstrasi, dan evaluasi (Hayati, M., Nugroho, T. R. D. A. ., & Firdaus, 2023). Metode pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha kecil dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan bisnis online dan pemasaran digital, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka.

Digital Marketing yang sukses dapat membantu bisnis di industri kecantikan meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, dan terlibat dengan pelanggan. Berikut adalah beberapa contoh digital marketing yang sukses untuk bisnis di industri kecantikan:

1. Promosi pemberi pengaruh Glossier: Kampanye "You Look Good" dari Glossier menampilkan pelanggan nyata sebagai pemberi pengaruh, menampilkan pendekatan merek yang inklusif dan beragam terhadap kecantikan.
2. Kompetisi penata rias NYX: Kompetisi "Penghargaan Wajah" NYX mengundang penata rias untuk menciptakan penampilan menggunakan produk NYX, menghasilkan konten buatan pengguna, dan menampilkan produk merek tersebut.
3. Pendekatan yang dipersonalisasi dari Function of Beauty: Produk perawatan rambut dan perawatan kulit yang dipersonalisasi dari Function of Beauty telah mendapatkan popularitas dengan menawarkan solusi yang disesuaikan untuk masing-masing pelanggan.
4. Kampanye augmented reality L'Oreal: Aplikasi "Makeup Genius" L'Oreal menggunakan augmented reality untuk memungkinkan pelanggan mencoba riasan secara virtual, memberikan pengalaman yang unik dan interaktif.

5. Strategi media sosial Sephora: Kehadiran media sosial Sephora di platform seperti Instagram dan YouTube telah membantu merek terhubung dengan pelanggan dan memamerkan produknya melalui tutorial, ulasan, dan konten buatan pengguna.
6. Kemitraan influencer MAC: MAC telah bermitra dengan influencer seperti Patrick Starr dan NikkieTutorials untuk membuat koleksi makeup dan menghasilkan buzz di sekitar merek.
7. Pendekatan inklusif Fenty Beauty: Pendekatan inklusif Fenty Beauty terhadap kecantikan telah beresonansi dengan pelanggan, yang mengarah pada peluncuran yang sukses dan popularitas yang berkelanjutan.

Digital marketing yang sukses ini menunjukkan pentingnya membangun kehadiran media sosial yang kuat, terlibat dengan pelanggan, dan menawarkan solusi yang dipersonalisasi dan inklusif. Dengan menerapkan strategi ini, bisnis di industri kecantikan dapat meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, dan terhubung dengan pelanggan dengan cara yang berarti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan bisnis online dan digital marketing dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo. Para pelaku usaha kecil juga mampu menerapkan strategi digital marketing yang telah dipelajari dalam bisnis mereka. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah penjualan dan perluasan pasar yang dicapai oleh para pelaku usaha kecil setelah mengikuti kegiatan pengabdian ini. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan bisnis online dan pemasaran digital juga didukung oleh hasil penelitian dan pengabdian sebelumnya. Sebagai contoh, penelitian oleh Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Umkm et al., 2023) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan dapat membantu pelaku usaha kecil dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka. Selain itu, penelitian oleh (Kustriyono et al., 2022) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam pembelajaran online dapat meningkatkan keterampilan siswa dalam pembelajaran begitu juga pada mahasiswa program studi sistem informasi, FST, UINSU.

Dalam kegiatan pengabdian ini, metode pelatihan dan pendampingan digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil. Metode pelatihan dan pendampingan ini sudah terbukti efektif dalam kegiatan pengabdian sebelumnya (Juarsa et al., 2022)(Hayati, M., Nugroho, T. R. D. A. ., & Firdaus, 2023). Metode pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan menggunakan ceramah, unjuk demo, dan evaluasi (Kustriyono et al., 2022). Dalam kegiatan pengabdian ini, metode pelatihan dan pendampingan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan bisnis online dan digital marketing dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo.

Pemasaran digital menawarkan banyak manfaat bagi usaha kecil. Berikut adalah beberapa manfaat utama pemasaran digital untuk bisnis kecil:

1. Jangkauan audiens online yang lebih luas dan tingkatkan visibilitas
2. Iklan yang ditargetkan untuk menjangkau audiens yang tepat
3. Hemat biaya dibandingkan dengan pemasaran tradisional
4. Hasil terukur untuk melacak efektivitas kampanye
5. Meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan
6. Peningkatan wawasan pelanggan untuk lebih memahami perilaku dan preferensi pelanggan
7. Fleksibilitas yang lebih besar untuk menyesuaikan kampanye secara real-time
8. Akses ke pasar global untuk memperluas basis pelanggan
9. Tingkat konversi yang ditingkatkan untuk mengubah prospek menjadi pelanggan
10. Memberikan bisnis kecil keunggulan kompetitif dengan menyamakan kedudukan dengan bisnis yang lebih besar.

Digital Marketing dapat memberikan bisnis kecil kesempatan yang sama untuk bersaing dengan bisnis yang lebih besar. Ini dapat membantu membangun pengenalan merek, memberikan eksposur, dan meningkatkan pendapatan. Pemasaran digital juga dapat membantu usaha kecil menentukan tujuan utama mereka dan melacak hasil yang terukur. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital, usaha kecil dapat mendorong lebih banyak konversi, mendatangkan lebih banyak lalu lintas ke situs mereka, dan meningkatkan kesadaran merek.



Gambar 1. Menjelaskan Bisnil Online dan Digital Marketing



Gambar 2. Strategi dan Unjuk Demo Untuk Bahan Digital Marketing

SIMPULAN

Kesimpulannya, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan bisnis online dan digital marketing dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo. Metode pelatihan dan pendampingan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil. Hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat diaplikasikan pada kegiatan pengabdian lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam bidang bisnis online dan digital marketing, sebagai berikut:

1. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa para peserta dapat memahami dan mengaplikasikan strategi pemasaran digital dengan lebih baik, terutama melalui media sosial dan platform e-commerce. Peserta juga mampu mengidentifikasi target pasar yang tepat dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan potensial melalui konten yang menarik.
2. Dalam diskusi, para peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap metode pelatihan dan pendampingan yang diberikan. Pendekatan praktis dan interaktif dalam pembelajaran membantu peserta lebih mudah memahami dan menguasai materi. Selain itu, pengalaman langsung dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital pada produk "Wrapping Bouquet X Beauty Demo" juga memberikan manfaat nyata bagi peserta dalam meningkatkan kualitas dan efisiensi bisnis peserta.
3. Hasil kegiatan pengabdian ini dapat dijadikan acuan dan dipertimbangkan untuk kegiatan pengabdian lainnya dengan tujuan serupa, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan

masyarakat dalam bidang bisnis online dan digital marketing. Metode pelatihan dan pendampingan yang terbukti efektif dapat diadopsi dan disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat setempat.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif dalam mengembangkan kompetensi para pelaku usaha kecil dalam menghadapi tantangan di era digital. Dengan meningkatkan pemahaman tentang pemasaran digital, diharapkan mereka dapat terus berinovasi dan berkembang, serta turut berkontribusi dalam pertumbuhan dan kesuksesan industri wrapping bouquet dan beauty demo secara lebih luas.

SARAN

penelitian lebih lanjut, ada beberapa saran yang dapat diambil dari kekurangan penelitian ini guna memperluas pemahaman dan mendapatkan informasi yang lebih komprehensif terkait bisnis online dan digital marketing dalam konteks wrapping bouquet dan beauty demo. Beberapa saran yang relevan adalah sebagai berikut:

1. Studi lebih mendalam mengenai perilaku konsumen: Penelitian selanjutnya dapat fokus pada analisis perilaku konsumen dalam industri wrapping bouquet dan kecantikan secara khusus. Penelitian ini dapat Untuk melibatkan survei atau wawancara mendalam dengan pelanggan untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan harapan mereka terhadap produk dan pemasaran digital.
2. Penggunaan teknologi baru dalam pemasaran digital: Dalam era teknologi yang terus berkembang, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi penggunaan teknologi baru, seperti augmented reality (AR) atau virtual reality (VR), dalam upaya memperkuat strategi pemasaran dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
3. Pengaruh influencer dan kolaborasi merek: Penelitian dapat dilakukan untuk memahami pengaruh influencer dalam pemasaran produk wrapping bouquet dan beauty demo. Selain itu, penelitian juga dapat menyelidiki potensi kolaborasi merek dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas dan kepercayaan pelanggan.
4. Analisis kinerja platform e-commerce: Penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada analisis kinerja platform e-commerce tertentu dalam meningkatkan penjualan dan mencapai target pasar yang lebih luas. Dengan memahami kelebihan dan kekurangan platform e-commerce, pemilik bisnis dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dalam memilih platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
5. Pengaruh pandemi terhadap bisnis online: Penelitian dapat menggali dampak pandemi COVID-19 terhadap bisnis online wrapping bouquet dan beauty demo. Dengan memahami bagaimana industri ini beradaptasi dan mengatasi tantangan selama masa krisis, para pemilik bisnis dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi situasi serupa di masa depan.

Saran-saran di atas diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga dalam mengisi kekurangan penelitian sebelumnya dan membuka peluang baru untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang bisnis online dan digital marketing khususnya dalam industri wrapping bouquet dan beauty demo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas dukungan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas IBBI, khususnya Bagian Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas IBBI dan Himpunan Jurusan Sistem Informasi FST UIN Sumatera Utara atas terlaksana kegiatan ini dengan baik serta publikasi humas LLDIKTI Wilayah 1 <https://lldikti1.kemdikbud.go.id/details/apps/3463> dan Media Online Kampus Medan <https://www.kampusmedan.com/dosen-universitas-ibbi-dan-hmj-si-fst-uinsu-kolaborasi-pkm-dalam-bentuk-workshop-bisnis-online-dan-digital-marketing/>.

DAFTAR PUSTAKA

- De Pelsmacker, P., Geuens, M., & Van Den Bergh, J. (2023). *Marketing Communications Fifth Edition Marketing Communications Fifth Edition A European Perspective Marketing Communications*. www.pearson-books.com
- FRAZIER, S. G. (2023). *MARKETING: YOUR GIFT BASKET SOCIAL MEDIA STRATEGY*. Sweet Survival LLC. <https://giftbasketbusiness.com/your-gift-basket-social-media-strategy/>
- Hayati, M., Nugroho, T. R. D. A. ., & Firdaus, M. W. (2023). *Peningkatan Kapasitas Manajemen Dan Kewirausahaan Pengelola BUMDES Jaya Lestari Desa Pandebéh Kecamatan Kamal*. Sewagati.

- Segawati, 7(4), 626–633. <https://doi.org/10.12962/J26139960.V7i4.582>
- Juarsa, O., Resnani, R., & Yuliantini, N. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Penyusunan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) Inovatif Abad 21 Pada Guru Di SDN 78 Bengkulu Tengah. *Jurnal Abdi Pendidikan*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.33369/Abdipendidikan.3.1.1-6>
- Kustriyono, E., Panuntun, I. A., & Hayati, R. (2022). Pendampingan Implementasi Jigsaw Online Strategy Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Smp N 1 Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. *PENA ABDIMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 69. 7
- Rivera, R. G., Arrese, A., Sádaba, C., & Casado, L. (2020). Incorporating Diversity In Marketing Education: A Framework For Including All People In The Teaching And Learning Process. *Journal Of Marketing Education*, 42(1), 37–47. <https://doi.org/10.1177/0273475319878823>
- Sun, Y. (2022). Research On The Application Of Digital Marketing In Business Operation. *Highlights In Business, Economics And Management*, 1, 18–23. <https://doi.org/10.54097/Hbem.V1i.2312>
- Syifana, Mega, D. S. A. (2018). PENGUATAN TATA KELOLA SEKOLAH DENGAN MENGOPTIMALKAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI. In *LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@Arifwicaksanaa/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf>
- Theben, A. D. D. (2021). Playing With Food: The Impact Of Marketing Via Online Games On Children’s Behaviour.
- Umkm, P., Cikolelet, D., & Banten, K. S. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Digital Dan Pengelolaan Keuangan Bagi. 2(67), 151–158.
- Yogesh, S., & Nallasivam, S. (2019). Digital Marketing And Its Analysis. *International Journal Of Emerging Technology And Innovative Engineering*, 5(7), 469–474.