

# Using Digital Media Platform as Medium for Bouquets Sale

Aditya Pramana Nugraha Abidin<sup>1</sup>, Muhammad Anwari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi S1 Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Banjarmasin.

<sup>2</sup>Program Studi S1 Keperawatan, Fakultas Keperawatan dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Banjarmasin.

Email: penaadit@gmail.com dan anwari@umbjm.ac.id

## ABSTRACT

Digital marketing is the latest trend in promoting a product or service provided by a business. The existence of digital media, is making easy for the public to find out which businesses are available on that area. People also can easily access the available products by using *smartphone*. Also with digital marketing, the economy of a region can be improved. The problem faced by Berangas village is the lack of knowledge about the importance of digital marketing. So, in this community service, it can help Berangas people to innovate marketing products in digital media through making bouquets made from products sold by these businesses. By making the existing product into a bouquet, the value of the new product will become more value in the economy. Berangas villages also can improve business quality through digital marketing. This program was well received by housewives who participated in making bouquet training. But also, there are some housewives who still choose to sell as they should.

**Keywords : Digital Marketing, Digital Media, Bouquets**

---

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan hal yang dilakukan oleh penyedia produk atau jasa dalam mempromosikan produk atau jasa mereka. Adanya perkembangan teknologi, membuat pemasaran menjadi ikut berkembang, sehingga pemasaran dapat dilakukan secara *online* (Sulaksono, 2020). Adanya perubahan dalam pemasaran, mengakibatkan masyarakat harus berinovasi dalam melakukan pemasaran suatu produk melalui *digital marketing*.

*Digital marketing* merupakan sebuah media pemasaran yang dapat dilakukan secara *real time* dan dapat dilakukan secara global (Pradiani, 2018). *Digital marketing* dapat memberikan peningkatan volume hasil penjualan dari sebuah produk yang ditawarkan. *Digital marketing* juga memiliki manfaat dalam menghemat biaya promosi, karena media internet dapat menghemat biaya dibandingkan penggunaan brosur, baliho maupun iklan di televisi (Pranoto et al., 2019).

Adanya promosi dibidang internet, dapat membantu masyarakat mengenali produk yang dihasilkan oleh usaha tersebut (Haryanti et al., 2017). Dengan dikenalnya usaha tersebut, ruang lingkup ada usaha tersebut dapat meningkat. Dengan adanya media digital, suatu daerah dapat meningkatkan hasil perekonomian melalui promosi menggunakan media digital, terutama pada Kelurahan Berangas.

Berangas merupakan salah satu Kelurahan yang berada di Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan (Wikipedia, 2020). Pada Kelurahan Berangas terdapat banyak ibu-ibu rumah tangga yang menjual produk seperti makanan ringan. Permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu rumah tangga ini adalah kurangnya pengetahuan tentang pentingnya *digital marketing* pada pemasaran secara *online* dan aplikasi apa saja yang dapat digunakan dalam pemasaran suatu produk secara *online*, serta bagaimana mengembangkan pendapatan dengan menginovasi produk yang ada menjadi sebuah produk yang baru dengan nilai jual yang tinggi.

Dalam pengabdian masyarakat ini, mahasiswa membantu mengembangkan produk yang ada menjadi produk baru dengan nilai jual yang tinggi, yaitu dengan memberikan pelatihan pembuatan buket. Dengan adanya pelatihan pembuatan buket ini, ibu-ibu rumah tangga yang berjualan dapat mengembangkan pendapatan mereka.

Selain melaksanakan pelatihan pembuatan buket, mahasiswa juga menjalankan program kerja tentang menjelaskan pentingnya *digital marketing* dan bagaimana melakukan pemasaran produk secara *online*, sehingga ibu-ibu rumah tangga ini mampu memahami konsep pemasaran secara *online* dan dapat mengembangkan lingkup jual dari produk yang mereka jual. Dalam menjalankan pengabdian masyarakat ini, ibu-ibu rumah tangga ini diberikan sebuah infografis terkait cara pemasaran produk secara *online*. Pemberian infografis ini ditujukan agar ibu-ibu rumah tangga ini dapat mengingat proses atau cara menjual produk secara *online* (Saptodewo, 2014).

## METODE

Dalam menyampaikan pengetahuan tentang *digital marketing*, dilakukan pelatihan pembuatan buket terlebih dahulu kepada masyarakat dilakukan beberapa tahapan sebagai berikut.

### a. Tahap Pertama

Mahasiswa melakukan observasi ke Kelurahan Berangas terkait pelaksanaan program kerja kepada perangkat desa dalam pemberian informasi terkait *digital marketing* dan pelatihan pembuatan buket.

### b. Tahap Kedua

Mepersiapkan bahan untuk membuat buket, seperti karton, kardus, pita, dan plastik, serta untuk bahan makanan yang digunakan adalah makanan yang dijual oleh ibu-ibu rumah tangga tersebut. Setelah melakukan pelatihan pembuatan buket, mahasiswa juga mempersiapkan materi singkat terkait pentingnya menerapkan *digital marketing* dan mempersiapkan infografis terkait cara melakukan penjualan secara *online*.

### c. Tahap Ketiga

Pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan pembuatan buket dengan menggunakan produk yang ibu-ibu rumah tangga punya yaitu makanan ringan. Setelah melakukan pelatihan pembuatan buket, mahasiswa memberikan informasi terkait *digital marketing* dan bagaimana cara melakukan penjualan pada media *digital* seperti Facebook dan Instagram. Setelah memberikan pengetahuan tentang *digital marketing*, mahasiswa memberikan infografis agar ibu-ibu rumah tangga yang berjualan dapat mengingat bagaimana menjual produk seperti buket secara *online*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Observasi

Pelaksanaan kegiatan terkait pentingnya *digital marketing* dalam pemasaran suatu produk dilaksanakan di Kelurahan Berangas. Sebelum diadakannya kegiatan, diperlukannya observasi terkait kondisi ibu-ibu rumah tangga yang berjualan di daerah Berangas, serta melakukan wawancara kepada Kepala Kelurahan Berangas dan ibu-ibu rumah tangga yang sedang berjualan untuk mengetahui kondisi pemasaran yang terjadi di Berangas. Kegiatan observasi ini dilakukan pada hari Rabu, 23 Februari 2022 dan diikuti oleh semua anggota kelompok 17. Pada observasi ini, didapatkan ibu-ibu rumah tangga yang hanya menjual produk seperti makanan ringan, sehingga mahasiswa berinisiatif untuk membantu mengembangkan inovasi dalam pemasaran suatu produk, seperti pelatihan pembuatan buket. Pelatihan buket ini memiliki tujuan untuk memberikan inovasi dalam mengembangkan strategi pemasaran dan produk buket ini merupakan tren terbaru dalam mengembangkan produk seperti makanan ringan (Huda & Husna, 2019).



Gambar 1 Melakukan Observasi

### Proses Pembuatan Buket

Pelaksanaan kegiatan terkait pelatihan pembuatan buket ini dilakukan pada hari Kamis, 24 Februari 2022 dan diikuti oleh semua anggota kelompok. Kegiatan ini dilakukan dengan melatih ibu-ibu rumah tangga dalam membuat buket. Proses pembuatan buket ini dilakukan dengan memberikan contoh kepada ibu-ibu rumah tangga, kemudian ibu-ibu rumah tangga ini dapat mengikuti proses pembuatan buket tersebut. Bahan yang digunakan dalam pelatihan pembuatan buket sudah disediakan mahasiswa serta produk utama dari buket tersebut berasal dari makanan ringan yang dijual oleh ibu-ibu rumah tangga tersebut.



Gambar 2 Proses Pembuatan Buket

### Penjelasan Pentingnya *Digital Marketing*

Pelaksanaan kegiatan terkait pentingnya *digital marketing* ini dilakukan setelah melaksanakan program kerja pembuatan buket. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan informasi-informasi terkait pentingnya *digital marketing* dalam mengembangkan inovasi dalam sebuah pemasaran suatu produk secara *online*, serta bagaimana cara menjual produk secara digital. Penggunaan aplikasi yang menjadi contoh adalah Instagram dan Facebook. Dalam menjelaskan cara menjual produk secara *online*, mahasiswa menjelaskan secara rinci dari pengambilan foto produk, nama produk yang akan dijual, lokasi yang akan menjadi target penjualan, dan bagaimana metode pembayaran yang akan dilakukan.



Gambar 3 Pemberian Edukasi Digital Marketing

### Pemberian Infografis Penjualan Produk

Setelah dilaksanakannya edukasi tentang pentingnya *digital marketing* dan bagaimana cara pemasaran secara *online*, dilakukan pembagian infografis terkait cara pemasaran produk secara *online* agar ibu-ibu rumah tangga yang berjualan ini dapat mengingat bagaimana cara melakukan pemasaran secara *online* dan dapat mengembangkan inovasi dalam pemasaran suatu produk melalui penjualan buket.



Gambar 4 Pemberian Infografis

Pelaksanaan program kerja ini diterima baik oleh ibu-ibu rumah tangga yang ikut serta dalam pelatihan pembuatan buket. Ada juga ibu-ibu rumah tangga yang memiliki *mindset* untuk tetap menjalankan usahanya seperti yang sudah mereka jalankan. Dalam pelaksanaan program kerja ini juga ibu-ibu rumah tangga yang ikut serta dalam pelatihan buket dan *digital marketing* hanya tertarik dan belum memiliki keinginan untuk mencobanya.

## KESIMPULAN

Pentingnya peranan *digital marketing* dalam pemasaran secara online dapat membuat ibu-ibu rumah tangga dapat berinovasi dalam mengembangkan penjualan produk secara *online*. Dengan melakukan penjualan produk secara *online*, ibu-ibu rumah tangga ini dapat menambah tingkat keuntungan penjualan dan luas lingkup daerah penjualan produk. Dalam penjualan produk seperti makanan ringan, dapat dikembangkan menjadi sebuah inovasi pemasaran produk baru seperti buket yang menggunakan makanan ringan yang dijual sehingga dapat meningkatkan pemasukan untuk ibu-ibu rumah tangga tersebut.

## PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kepala Kelurahan Berangas atas dukungan selama melaksanakan kegiatan dan ibu-ibu rumah tangga yang ikut serta dalam pelatihan pembuatan buket yang telah mengizinkan mahasiswa memberikan tambahan wawasan terkait pembuatan buket dan pengetahuan terkait metode pemasaran secara *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sulaksono, J. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *General Journal*, 4(1), 41-47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Wikipedia. (2020). *Berangas, Alalak, Barito Kuala*. Retrieved from Wikipedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Berangas,\\_Alalak,\\_Barito\\_Kuala](https://id.wikipedia.org/wiki/Berangas,_Alalak,_Barito_Kuala)
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur – Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>
- Huda, M., & Husna, A. L. (2019). *Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat SNACK SEBAGAI ALTERNATIF Program Studi Keuangan dan Perbankan*.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Dinar Hadi Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 144-151.
- Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 163-218. <https://www.erickazof.com/apa-itu->