

Pendampingan terhadap Bisnis Online Beautysalihaa dalam Pembuatan Website untuk Peningkatan Promosi dan Pemasaran

Dolly Virgiani Shaka Yudha Sakti^{1*}, Iman Permana¹

¹Teknik Informatika Universitas Budi Luhur

Email: dolly.virgianshaka@budiluhur.ac.id

Abstract

Beautysalihaa is an online business that started in April 2018 and is growing rapidly. Starting as a Reseller, now Beautysalihaa became a Berl Cosmetics Agent. The continuously increasing sales target makes Beautysalihaa have to continue to create new strategies in increasing promotion and marketing of the business. Even though they already have social media accounts and a marketplace that are quite crowded with visitors, Beautysalihaa does not yet have a media that can provide more complete and detailed information about the business being carried out. Creating a website and assistance in managing the website are solutions to be able to display business information effectively and efficiently. After this activity the partner has a website with the domain beautysalihaa.com which contains information related to products, information on join resellers, testimonials and tips to be able to improve business promotions.

Keywords: increased turnover, cosmetics sales, website creation

Abstrak

Beautysalihaa merupakan sebuah bisnis online yang dimulai pada April 2018 dan berkembang makin pesat. Berawal dari Reseller saat ini Beautysalihaa menjadi Agen Berl Cosmetics. Target penjualan yang terus naik membuat Beautysalihaa harus terus membuat strategi baru dalam meningkatkan promosi dan pemasaran bisnisnya. Meskipun sudah memiliki akun media sosial dan marketplace yang cukup ramai pengunjung, tetapi Beautysalihaa belum memiliki sebuah media yang dapat menyajikan informasi lebih lengkap dan detail tentang bisnis yang dijalani. Pembuatan sebuah website dan pendampingan dalam mengelola website tersebut menjadi solusi untuk dapat menampilkan informasi bisnis yang efektif dan efisien. Setelah kegiatan ini dilakukan mitra memiliki website dengan domain beautysalihaa.com yang berisi informasi terkait produk, informasi join reseller, testimony dan tips untuk dapat meningkatkan promosi bisnis.

Kata Kunci: peningkatan omset, penjualan kosmetik, pembuatan website

1. PENDAHULUAN (Introduction)

Beautysalihaa merupakan bisnis online yang dirintis oleh Seftiani Dwi Astuti semenjak Maret 2018. Berawal berjualan pakaian muslimah, pakaian balita, hingga kosmetik halal. Penjualan kosmetik halal berawal dari menjadi Reseller Berl Cosmetic. Bisnis ini dimulai dari berjualan secara dropship, membeli barang setelah ada pemesan (Rusdiana & Achmad Otong Bustomi, 2015). Barang dibeli dari marketplace yang ada di Indonesia dengan alamat pengiriman langsung ke alamat pembeli (Aulia & Oktavianus, 2018).

Usaha yang dijalani semakin berkembang dari reseller menjadi Agen Berl Cosmetic pada Juni 2019. Hal ini merupakan kenaikan tingkat pada strategi bisnis yang dimiliki oleh Berl Cosmetic (Hedynata & Radianto, 2016). Tingkatan ini dimulai dari Reseller yang merupakan penjual langsung ke pelanggan. Reseller tidak harus memiliki stok untuk berjualan, Reseller bisa melakukan dropship dari Agen ke Pelanggan. Tingkat berikutnya adalah Agen yang pada umumnya memiliki stok barang yang dijual ke Reseller dan Pelanggan. Tingkat berikutnya

adalah Distributor yang memiliki stok banyak. Distributor membeli barang langsung ke produsen, stok ini bisa dijual ke Agen atau Reseller atau ke Pelanggan.

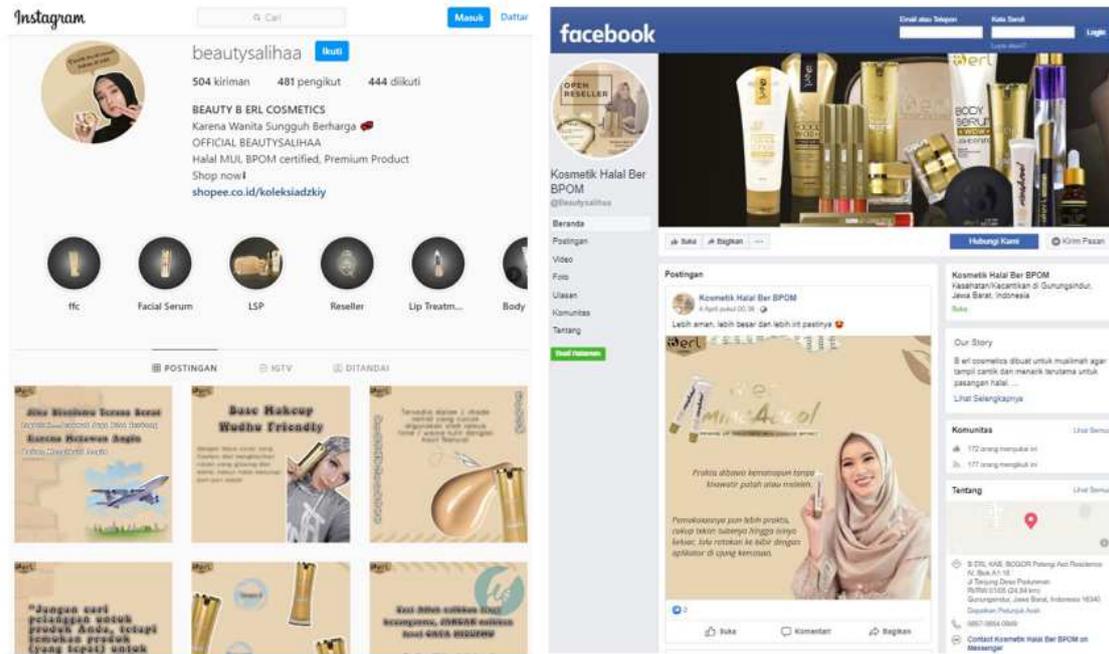
Tingkatan tersebut merupakan salah satu strategi yang dibuat oleh Berl Cosmetics dalam melakukan penjualan. Tingkatan ini menciptakan sebuah pasukan untuk meningkatkan penjualan (Andrianto, 2019). Masing-masing distributor memiliki tim yaitu para Agen yang menjadi bawahannya. Sedangkan Agen memiliki tim berupa sekumpulan Reseller yang melakukan penjualan langsung ke Pelanggan. Beautysalihaa merupakan salah satu agen pada tim Distributor Tangerang. Tim yang dimiliki Beautysalihaa terdiri dari 72 Reseller dan tiga orang Admin yang membantu mengelola keuangan, proses bisnis dan promosi.

Apapun bisnis yang dijalani perlu untuk selalu membuat strategi pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan (Wibowo et al., 2015). Salah satu strategi yang dibuat oleh Beautysalihaa adalah membuat pemeringkatan untuk Reseller. Setiap bulan dibuat peringkat dan top reseller akan diberikan berbagai reward seperti logam mulia, uang dan lain-lain. Pada Gambar 1 terlihat contoh peringkat Reseller bulan Maret 2020.



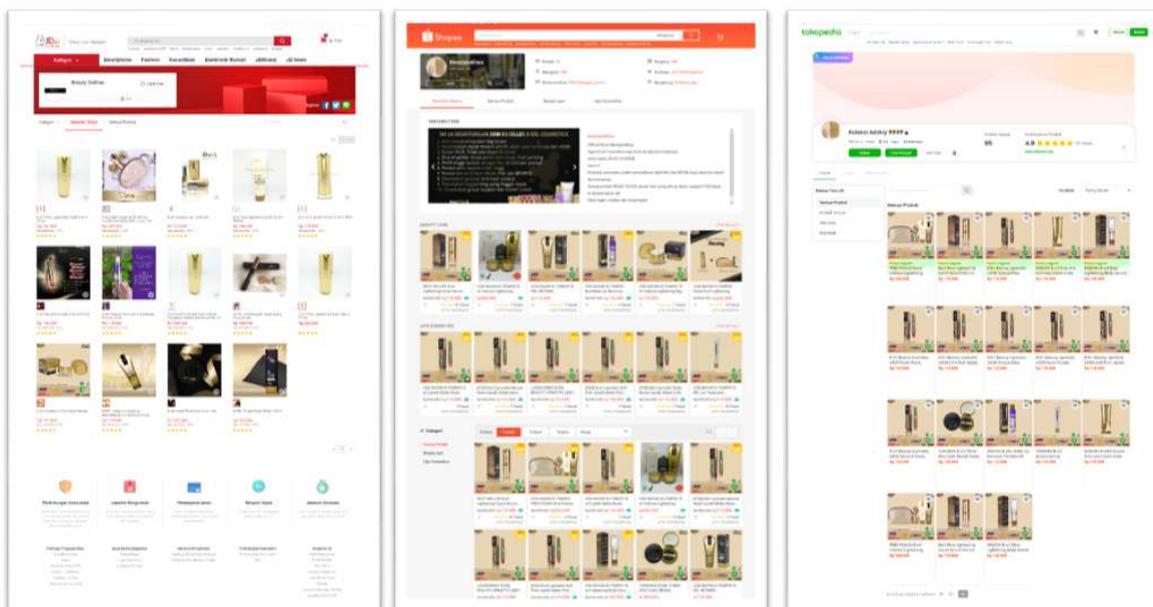
Gambar 1. Top Reseller Maret 2020

Strategi pemasaran lainnya diantaranya dengan memanfaatkan Media Sosial dan Marketplace (Harinie et al., 2020; Pradiani, 2018). Terdapat dua media sosial yang saat ini digunakan yaitu Facebook dan Instagram. Tampilan media sosial milik Beautysalihaa seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Media Sosial Beautysalihaa

Dari sekian banyak Marketplace yang ada di Indonesia, Beauty membuka toko di beberapa marketplace yaitu JD.ID, Shopee dan Tokopedia. Tautan untuk JD.ID adalah https://www.jd.id/shop/Beauty-Salihaa_43491.html. Tautan untuk Shopee adalah <https://shopee.co.id/koleksiadzkiy>. Tautan untuk Tokopedia adalah <https://www.tokopedia.com/koleksiadzkiy>. Tampilan Marketplace Beautysalihaa seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Marketplace Beautysalihaa

Pelanggan yang dimiliki Beautysalihaa tidak hanya berasal dari Jabodetabek saja, tapi juga dari seluruh Indonesia seperti Cilegon, Garut, Surabaya, Jambi, Mataram, Makassar, bahkan dari luar negeri seperti Taiwan dan Dubai. Hal ini dapat tercapai karena informasi

adanya Beautysalihaa bersumber dari mulut ke mulut, marketplace dan media sosial yang selama ini sudah dijalankan.

Sampainya informasi Beautysalihaa ke luar negeri adalah karena kebetulan di negara tersebut terdapat saudara dan teman dari Seftiani Dwi Astuti. Sedangkan informasi yang sampai pada pelanggan di luar jabodetabek, banyak bersumber dari Media Sosial dan Marketplace. Meskipun sudah menyebar ke berbagai daerah, tapi informasi yang didapat para pelanggan terkadang masih belum lengkap. Hal tersebut ditandai dengan masih banyak pelanggan yang menanyakan detail informasi dan manfaat produk serta cara bergabung menjadi Reseller menggunakan media komunikasi Whatsapp, Direct Message Instagram dan Inbox Facebook. Diperlukan sebuah media informasi yang dapat memberikan informasi produk dan manfaat produk yang lengkap(Pradiani, 2018).

Permasalahan berikutnya adalah tentang pencapaian target penjualan. Hal yang wajar di dalam suatu bisnis jika target omset selalu meningkat(Wibowo et al., 2015). Untuk mencapai target omset yang sudah ditetapkan dan meningkatkan penjualan maka Beautysalihaa harus mencari strategi baru(Hartono et al., 2012). Untuk menunjang peningkatan penjualan perlu dilakukan peningkatan pemasaran. Beautysalihaa sudah membuat perencanaan membuat sebuah website untuk media pemasaran, tetapi belum memiliki kemampuan dalam membangun sebuah website. Hal ini menjadi kendala berikutnya sehingga Beautysalihaa saat ini belum memiliki sebuah website. Kebutuhan website bagi Beautysalihaa tidak hanya untuk menyajikan informasi produk tapi juga informasi pembukaan/penerimaan Reseller baru.

Salah satu solusi untuk meningkatkan penjualan dan menyediakan informasi yang detail tentang bisnis Beautysalihaa adalah dengan membuat sebuah website(Supriyanta & Tina, 2017). Sebuah website dapat menyajikan banyak informasi dan detail(Praditya & Soepeno, 2014). Informasi yang dapat disajikan diantaranya adalah informasi produk, bahan baku, manfaat, keunggulan, harga dan informasi detail lainnya(Hasugian, 2018).

Website sudah menjadi solusi bagi berbagai macam usaha/bisnis baik UMKM, kelompok usaha maupun perusahaan besar(Indah & Yulianto, 2011; Pradiani, 2018; Supriyanta & Tina, 2017). Tidak hanya usaha di bidang penjualan barang namun juga jasa. Penyajian sebuah informasi yang baik di dalam website akan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan calon pelanggan terhadap sebuah bisnis(Riyanto, 2015).

2. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Pengabdian Kepada Masyarakat ini melewati beberapa tahapan mulai dari penggalian informasi, perencanaan kegiatan, pembuatan website, pembuatan materi, pelatihan pengelolaan website, hingga pembuatan laporan. Setelah mitra memberikan informasi terkait kebutuhannya, pengusul segera melakukan analisa situasi mitra dengan melakukan observasi terhadap kondisi terkini mitra. Observasi dimulai dari melihat lokasi, profil, produk yang dijual, sampai teknik penjualan serta pemasaran yang dilakukan.

Selain menganalisa situasi mitra dengan melihat langsung, pengusul mengumpulkan data untuk dapat dilakukan analisa lebih lanjut. Data yang dikumpulkan diantaranya adalah jumlah reseller, omset yang diperoleh selama ini, target omset, serta media promosi dan pemasaran yang selama ini dilakukan.

Literature Review digunakan untuk menggali informasi dari berbagai sumber seperti jurnal, skripsi, makalah atau referensi lain yang bersifat valid dan relevan. Literature review juga digunakan untuk menggali lebih dalam kebutuhan dan solusi yang dapat dibuat.

Setelah dapat menyimpulkan masalah yang dialami mitra dan menemukan solusi yang tepat, maka segera dilakukan analisa kebutuhan website. Berikutnya dilanjutkan membuat desain dan implementasi pembuatan website. Setelah website selesai dibuat, maka perlu dibuat materi pengelolaan website agar mitra dapat mengelola sendiri website yang sudah dibuat.

Berikutnya mitra diberikan pengetahuan untuk dapat mengelola website yang dibuat. Selain diberikan pengetahuan, mitra diberikan pendampingan dalam melakukan pengelolaan website. Tahapan dalam pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 4.

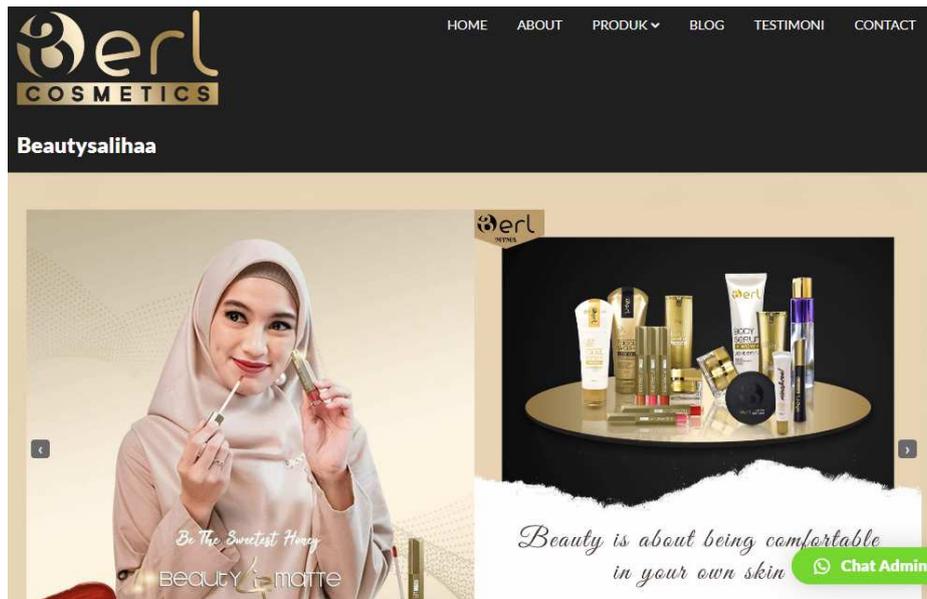


Gambar 4. Metode Pelaksanaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Website dibuat di hosting yang disewakan oleh <https://www.domainesia.com/>. Terdapat beberapa pilihan nama domain dengan nama utama Beautysalihaa. Mitra memilih nama domain <http://beautysalihaa.com/> disewa dan digunakan. Website diisi dengan beberapa hal, diantaranya Informasi Produk Kosmetik, Informasi Produk Berlanja, Informasi Join Reseller, Informasi tips, dan Testimoni produk.

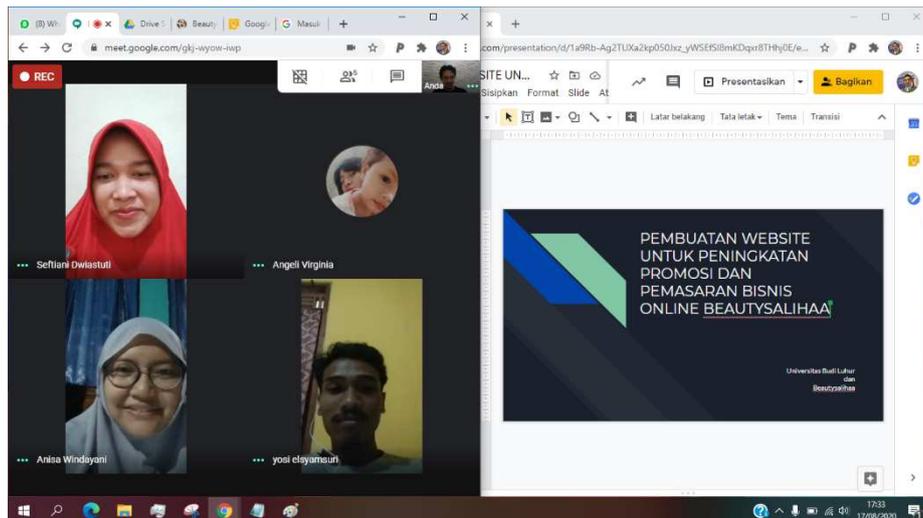
Website <http://beautysalihaa.com/> dibangun dan dikelola terlebih dahulu oleh team Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Budi Luhur. Mulai dari membangun tampilan depan, pemilihan tema, posting produk, posting informasi join reseller hingga membuat akun untuk mitra. Akun mitra dibuat agar mitra dapat mengelola sendiri website yang sudah dibuat. Tampilan awal website dapat dilihat pada Gambar 5.



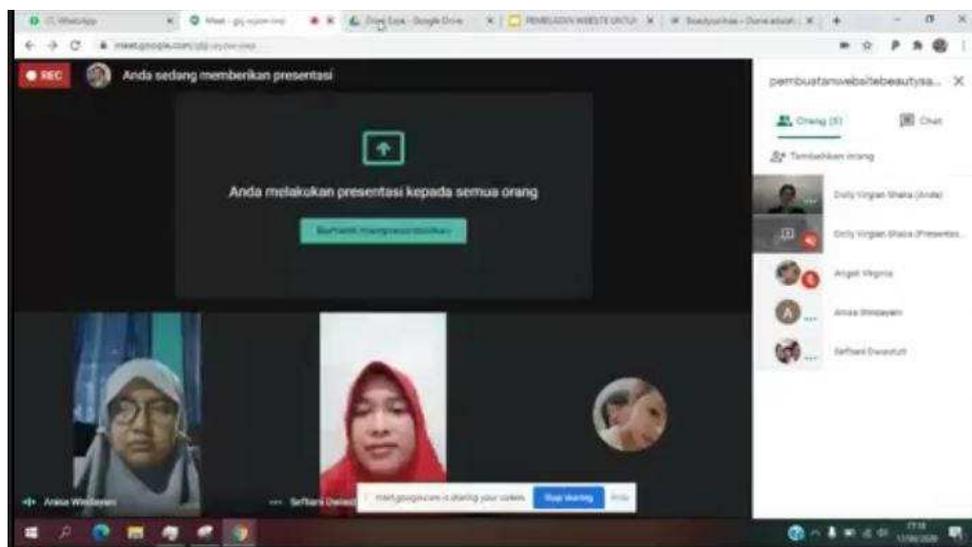
Gambar 5. Tampilan Depan Website beautysalihaa.com

Dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan dapat dibahas beberapa poin. Beautysalihaa sudah mempunyai website yang dapat diakses siapa saja dan di mana saja. Website yang dibuat untuk Beautysalihaa dapat memberikan informasi lebih luas lagi kepada team penjualan, reseller, marketer, pelanggan, calon reseller dan juga calon pelanggan. Pelatihan diberikan kepada pemilik Beautysalihaa dan dua admin yang dimilikinya. Pelatihan yang diberikan merupakan bagaimana melakukan maintenance website Beautysalihaa. Arahan yang diberikan sebagai berikut: (1) Menunjukkan Front End dan alamat domain yaitu <http://beautysalihaa.com/>. (2) Pemilik Beautysalihaa dan para admin sudah sangat familiar menggunakan internet sehingga sangat lancar untuk membuka <http://beautysalihaa.com/> di sebuah browser. (3) Instruktur memperkenalkan menu apa saja yang ada di <http://beautysalihaa.com/>. (4) Setelah itu instruktur memberikan username dan password sebagai admin. (5) Halaman Admin website dapat diakses oleh pemilik mitra yaitu <http://beautysalihaa.com/wp-admin/>. (6) Pada Halaman Admin, pengguna dapat mengubah konten yang terdapat pada website <http://beautysalihaa.com/>.

Pelatihan dihadiri oleh peserta yaitu Beautysalihaa sebagai mitra dan instruktur yaitu team pengabdian kepada masyarakat Universitas Budi Luhur. Peserfta yang hadir adalah Seftiani Dwi Astuti, Anisa Windayani dan Angel Virginia Agustin. Sedangkan Instruktur yang hadir adalah Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti dan Iman Permana. Foto kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Gambar 6 dan Gambar 7.



Gambar 6. Presentasi Kegiatan Pelatihan



Gambar 7. Kegiatan Pelatihan

Selama kegiatan pelatihan, peserta sangat antusias melihat website <http://beautysalihaa.com/>. Menurut mereka website tersebut sangat bermanfaat untuk memberikan informasi lebih luas kepada team penjualan, reseller, marketer, pelanggan, calon reseller dan juga calon pelanggan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pembuatan website dan pendampingan pengelolaan website terhadap mitra, maka didapat beberapa hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Mitra saat ini sudah memiliki sebuah website yang disewa pada hosting www.domainsia.com dengan domain beautysalihaa.com. Website beautysalihaa.com sudah berisi informasi terkait produk, informasi join reseller, testimony dan tips untuk dapat meningkatkan promosi bisnis. Setelah dilakukan pelatihan pengelolaan website, mitra sudah mampu mengelola sendiri website yang sudah dibuatkan. Berdasarkan hasil evaluasi antara tim Pengabdian Kepada

Masyarakat Universitas Budi Luhur bersama dengan mitra, masih ada beberapa pengembangan yang bias dilakukan pada website ini. Website saat ini hanya menampilkan informasi produk dan tips saja, bisa dikembangkan lagi agar nantinya website bisa menjadi sistem informasi dan mencatat data penjualan team Beautysalihaa. Selain itu masih diperlukan optimasi mesin pencari terhadap website agar lebih meningkatkan jangkauan pesebaran informasi website di internet.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, W. (2019). *Pasukan Penjualan* (1st ed.). Billionaire Store.
- Aulia, I., & Oktavianus, R. (2018). Perancangan Aplikasi Dropshipping Produk Smartphone Berbasis Web. *Journal ENTER*, 1, 517–526.
- Harinie, L. T., Hukom, A., & Juma'eh, J. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i1.179>
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatika Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(April), 1–10.
- Indah, I. N., & Yulianto, L. (2011). Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan. *Journal Speed*. <https://doi.org/10.3112/SPEED.V3I4.1155>
- 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>
- Praditya, D. A., & Soepeno, B. (2014). Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang. *Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 63–69.
- Riyanto, A. D. (2015). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. *Seminar Nasional Informatika 2015 (SemnasIF 2015)*.
- Rusdiana, & Achmad Otong Bustomi. (2015). Transaksi Dropshipping Perspektif Ekonomi Syari'Ah. *Al-Mustashfa*.
- Supriyanta, & Tina, A. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada CV Simba Jaya Magelang. *Indonesian Journal on Networking and Security*.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*.