

## Strategi Digital Marketing pada Berlian Florist di Kota Cilegon

Melly Maya Masyitoh

Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Korespondensi penulis: [Mellymaya20@gmail.com](mailto:Mellymaya20@gmail.com)

**Abstract:** *This research aims to find out the digital marketing research strategy carried out by Berlian Florist to increase consumer interest and to find out about what social media is used by Berlian Florist. The research method used is descriptive qualitative, using observation, interview and documentation techniques. The research subjects were Berlian Florist owners and employees. The object of this research is the marketing strategy through digital marketing at Berlian Florist. The research results show that 1) Digital marketing by Berlian Florist is marketing via social media Instagram and WhatsApp. 2) The advantage of the digital marketing strategy implemented is that social media is the main alternative for marketing businesses in the current era, implementing regular content creation, and also getting prices, which is cheaper than other flower shops 3) Obstacles and solutions that can be taken are an unstable internet network, less efficient time management by notifying customers in advance to order in advance so they can choose various kinds of flowers, and facing competitors who have the same business solution as provide discounts to customers.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Advantages, Obstacles, Solutions*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Penelitian digital marketing yang dilakukan oleh Berlian Florist untuk meningkatkan minat konsumen dan untuk mengetahui tentang sosial media apa saja yang digunakan oleh Berlian Florist. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pemilik Berlian Florist dan karyawan. Objek dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran melalui digital marketing pada Berlian Florist. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Digital marketing oleh Berlian Florist adalah pemasaran melalui sosial media instagram dan whatsapp 2) Keunggulan strategi pemasaran digital marketing yang diterapkan yaitu sosial media menjadi alternatif utama untuk memasarkan usaha di era sekarang, menerapkan pembuatan konten secara rutin, juga mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan toko bunga yang lain 3) Kendala dan solusi yang dapat diambil yaitu jaringan internet yang tidak stabil, manajemen waktu yang kurang efisien dengan cara memberitahukan terlebih dahulu kepada pelanggan agar memesan jauh hari supaya bisa memilih berbagai macam bunga, dan menghadapi pesaing yang memiliki bisnis sama solusinya dengan memberikan diskon kepada pelanggan.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Keunggulan, Kendala, Solusi

### 1. PENDAHULUAN

Bunga hidup merupakan salah satu kelompok tanaman dengan bagian utama bunga mempunyai bentuk, ukuran, warna, aroma khas, hingga dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan estetika dan dekoratif (Rukmana, 2017). Bunga hidup banyak digunakan untuk berbagai kegiatan atau acara seperti pernikahan, kematian, hari kelahiran dan berbagai jenis acara, tetapi bunga hias biasanya tidak tahan lama, seiring dengan perkembangan jaman kebutuhan bunga hidup sangat semakin meningkat. Sifat bunga hias yang mudah rusak dan tidak bertahan lama.

Florist merupakan salah satu istilah yang digunakan untuk menggambarkan perdagangan bunga profesional yang meliputi perawan bunga dan penanganan, desain bunga atau rangkain bunga, pemesanan, serta pengiriman bunga (utomo &

Qomariyah,2021). Perkembangan dalam dunia perdagangan semakin meluas kegiatan bisnis yang semakin banyak masalah dalam dunia bisnis. Untuk mengembangkan usaha yang baik di perlukan sistem informasi akuntansi yang baik di dalam perusahaan. Kehadiran sosial media sudah banyak memberikan pengaruh dan manfaat bagi kehidupan karena kemudahan yang ditawarkan. Informasi yang lebih mudah didapatkan kapan saja, dimana saja pembisnis untuk membuat profil bisnis dengan memanfaatkan media sosial(Suranto et al.,2022).

Pada saat ini sistem penjualan bunga melalui internet sedang berkembang pesat. Banyak organisasi yang menawarkan barang-barang mereka kepada seluruh pelanggan tanpa di batasi ruang dan waktu. Mulai dari usaha kecil dan menengah telah menjadikan sistem penjualan secara online sebagai saran promosi yang murah dan terjangkau(Shamaya et al.,2023). Trend pemberian bunga hidup dapat menjadi salah satu bentuk usaha bagi kalangan kawula muda(Badriantin, agustian, and rinandiyana). Akan tetapi bunga biasanya tidak bertahan lama. Walaupun demikian bunga merupakan bisnis yang sangat menguntungkan karena dengan berkembangnya zaman dan pola pikir, keindahan menjadi suatu hal yang sangat di perhitungkan. Perubahan pola pikir ini yang menjadikan bunga sebagai salah satu tanda ucapan selamat, tanda kasih sayang, bahkan untuk belasungkawa orang-orang mengungkapkannya dengan menggunakan bunga.

Tujuan penelitian untuk mengetahui tentang bagai mana strategi digital marketing yang diterapkan oleh florist. Konsep toko yang dirancang khusus secara modern, sehingga pelanggan atau konsumen yang hendak membeli bunga merasa nuansa elegan dan berkelas. Untuk menarik perhatian pelanggan mereka menawarkan bermacam jenis bunga yang trend saat ini sehingga tidak ketinggalan zaman. “Berlian florist” menawarkan berbagai macam jenis bunga hidup dan selalu mengikuti trend terbaru sehingga tidak ketinggalan zaman.

Keberadaan UMKM cukup penting dalam kehidupan bermasyarakat dan tidak dapat dihapuskan dari masyarakat, karena UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendapatan dari sebagian besar masyarakat, dan turut serta menciptakan kreatifitas. Lalu UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja baru dengan adanya UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran di indonesia(Lionel et al.,2023). Permasalahan lain yang sedang di alami “berlian florist” adalah pembelian konsumen pada bunga hidup yang tidak melakukan pembelian setiap hari melainkan waktu tertentu yang jumlah konsume meningkat. Toko berlian florist sulit menentukan target penjualan setiap bulannya karena penjualan setiap bulannya berbeda-beda tergantung kondisi pasar, pemasok dan konsumen.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Digital marketing**

Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, email, adword ataupun jaring sosial (suminandari et al,2018). Digital marketing dalam perspektif seorang pengusaha atau pembisnis lebih kepada sistem pemasaran dengan menggunakan media internet (Daengs et al,2016).

Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, atau video baik banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen kepada perusahaan(kotler,2012).

### **Strategi Pemasaran**

Kecanggihan teknologi saat ini saat mendukung kegiatan penjualan berlian florist strategi pemasaran dan penjualan melalui digital marketing yang telah dilakukan oleh berlian florist melalui media sosial seperti: 1). Digital marketing melalui aplikasi whatsapp. Whatsapp adalah salah satu media sosial yang sangat membantu dalam promosi. Hanya kelemahan menggunakan whatsapp yaitu kelemahan dari jaringan internet. 2).melalui instagram (IG). Sosial media ini yang digunakan adalah dengan memanfaatkan aplikasi instagram. Tujuan penggunaan instagram adalah untuk lebih mengangkat.

## **3. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian, adalah orang, tempat,atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran(Bruno,latour, 2019). Adapun subjek dalam penelitian ini ialah berlian florist dan karyawan. Objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti(Bruno,latour,2019). Objek dari penelitian ini sendiri adalah bagaimana strategi pemasaran melalui digital marketing.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil yang telah dilaksanakan di berlian florist tentang peranan strategi digital marketing keunggulan, serta kendala dan solusi yang dapat diambil sebagai berikut:

##### **Strategi digital marketing yang di terapkan oleh berlian florist**

Para UMKM yang melaksanakan penggunaan digital marketing dapat meningkatkan penjualan untuk bertahan ditengah banyaknya usaha bunga hidup. Para pelaku usaha dapat menyiasatinya dengan mulai fokus pada pemasaran digital melalui instagram dan whatsapp. Umumnya konsumen saat ini telah menjadi pengguna media sosial, terutama konsumen usia muda. Dengan adanya whatsapp interaksi komunikasi konsumen atau pelanggan jadi lebih mudah walaupun terbatas jarak dan ruang (Lucyantoro & Rachmansyah,2018).

Teknologi digital telah merubah manusia dalam komunikasi, dalam dunia pemasaran juga tidak lepas dari pengaruh taknologi digital marketing. Digital marketing merupakan suatu bentuk promosi dan pencarian target pasar dengan menggunakan media sosial secara online seperti whatsapp(Irfani et al.,2020)

Dalam penggunaan digital marketing marketing sebagai sarana untuk memperkenalkan bunga Berlian florist menggunakan media sosial instagran dan whatsapp. Media tersebut dapat membantu penjualan secara online yang tidak terbatas waktu dan jarak yang memudahkan pelanggan.

##### **Media sosial (whatsapp)**

Menggunakan media sosial instagram dan wahtsapp berlian florist juga memasarkan produk dan memperluas target pasar di seluruh indonesia. Dalam menggunakan media marketplace ini dapat menampilkan harga produk secara transparan dan media ini mudah diakses oleh semua orang dimanapun dan kapanpun (Ramadhanty, 2021)

Strategi yang pertama digunakan berlian florist yaitu memberikan pelayanan prima (excellent service) sebaik mungkin, mulai dari hasil pekerjaan hingga pelayanan yang diberikan ketika merespon pertanyaan dan keluhan pelanggan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nevisy 2022).

Strategi digital marketing melalui instagram dan whatsapp selanjutnya yaitu berlian florist melalui sistem promo atau diskon. Biasanya dalam melakukan promo dan diskon berlian florist memberikan diskon ketika pelanggan melakukan pemesanan bunga

lebih banyak atau bisa dikatakan ketika ada hari special seperti valentine dan hari ibu (Nevisy 2022). Yaitu periklanan berlian florist memiliki kartu nama sebagai pilihan periklanan pada promosi.

### **Keunggulan strategi pemasaran digital marketing yang diharapkan di berlian florist**

Manfaat dari sosial media instagram dan whatsapp sebagai media pemasaran berlian florist memiliki beberapa pengaruh yaitu meningkatkan minat atau pelanggan (Ayu Larasati et al., 2022).

Keunggulan pertama yang diharapkan berlian florist yaitu hampir semua kalangan menggunakan sosial media hingga membantu untuk memasarkan usaha bunga hidup. Sosial media juga dapat merupakan salah satu pendukung informasi yang paling cepat dan berlian florist juga menggunakan media sosial sebagai salah satu untuk memasarkan usaha bunga hidup yang mereka tawarkan.

Dampak dari memanfaatkan sosial media instagram dan whatsapp sebagai media pemasaran berlian florist memiliki beberapa pengaruh yaitu meningkatkannya minat atau pelanggan (Ayu Larasati et al, 2022).

Keunggulan selanjutnya yang di harapkan berlian florist yaitu memberikan promo dan diskon secara tidak langsung akan memberikan pengenalan branding kepada target pasar. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh ( Nevisy 2022) yaitu periklanan memilih menggunakan kartu nama untuk promosi.

### **Kendala dan solusi dalam penerapan digital marketing sebagai media pemasaran**

Kendala yang dialami di berlian florist dalam menerapkan digital marketing sebagai media pemasaran yang a) pertama ada jaringan internet karena tidak ada lokasi pelanggan yang jaringan internetnya stabil. Jaringan internet merupakan salah satu unsur penting dalam proses berjalannya suatu kegiatan melalui sosial media. B) kendala kedua yang terjadi di berlian florist yaitu waktu karena biasanya ketika banyak pesanan bunga kita harus memberitahukan terlebih dahulu kepada pelanggan untuk memesan bunga 2 hari sebelumnya agar pesanan tidak mepet dan bisa memilih jenis-jenis bunga yang akan dipilih. c) biasanya sebelum proses pemesanan berlian florist menayakan alat terlebih dahulu supaya tidak menerima pesanan dari luar kota pesananan di luar kota biasanya menjadi kendala berlian florist tidak bisa memastikan bunga yang di pesan akan tetap mekar dan tidak layu.

Sedangkan solusi yang dapat diambil dari penerapan strategi pemasaran digital marketing di berlian florist yaitu dengan memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran produk bunga hidup. Media digital yang digunakan disini adalah media sosial instagram dan whatsapp.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan serta dengan mempertahankan kaitanya dengan tujuan penelitian didapatkan strategi berlian florist bunga yang dapat memperoleh jangkauan konsumen dengan mudah. Kualitas peroduk yang baik selalu dipertahankan oleh berlian florist dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan lama dengan harga yang wajar. Berlian florist juga mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan mencegah ancaman.

### **Saran**

Disarankan berlian florist untuk mempertahankan dan memperbaiki kelemahan. Terdapat pelung yang diharap kan dapat dimanfaatkan dengan baik berlian florist untuk mendukung kegiatan pemasaran. Diharapkan meningkatkan strategi pemasaran bung hidup agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

## **6. PENUTUP**

Digital marketing yang diterapkan untuk meningkatkan usaha bunga oleh berlian florist adalah berupa pemasaran yang melalui media sosial, Pada media sosial aplikasi yang sering digunakan iyalah instagram dan whatsapp. Berlian floris memasarkan produk usaha bunga hidup dengan cara mengaplod foto dan vidio yang semenarik mungkin pada whatsapp dengan melalui promosi dan menjaga kualitas sedangkan media sosial instagram dan whatsapp strategi yang di gunakanya yaitu dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan menggunakan sistem promo atau diskon agar membuat lebih tertarik untuk membeli bunga di berlian florist.

Keunggulan strategi pemasaran digital marketing yang diterapkan oleh berlian florist memahami sosial media dengan memanfaatkan untuk membuat konten dan untuk mempromosikan menjadi lebih menarik, dan bisa mendapatkan diskon atau harga yang lebih murah di bandingkan dengan toko bunga yang lain.

Kendala dari strategi pemasaran digital marketing di berlian florist yaitu jaringan yang tidak stabil. Dan menghadapi pesaing yang memiliki bisnis yang sama. Berlian florist juga tidak bisa menerima pesanan dari luar kota karena bunga hidup tidak bisa tahan lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pabiaran, M. S., Kaunang, R., & Benu, N. M. (2023). Analisis strategi pemasaran bunga potong di Ilomata Florist Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 19(3), 1481-1490.
- Putri, P. A., & Asmawan, M. C. (2023). *Strategi digital marketing pada Berlian Florist di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (3rd ed.). Kogan Page.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Widiawati, K. (2019). Penerapan digital marketing sebagai pendukung sociopreneur teh bunga telang (Butterfly Pea Tea). *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(2), 215-224.
- Zulkarnain, M. I., & Sembiring, R. S. R. (2022). Optimalisasi digital marketing guna peningkatan daya beli. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 101-108.