

## Pembuatan Website Sebagai Media Digital Marketing Guna Meningkatkan Brand Awareness Pada Muezza Makeup

<sup>1</sup>Wawan Setiawan, <sup>2</sup>Ade Irmayanti, <sup>3</sup>Aura Silviyanda Putri, <sup>4</sup>Mella Anggraini  
<sup>1234</sup>Teknologi Rekayasa Komputer, Politeknik Lamandau, Nanga Bulik

E-mail: <sup>1</sup>setyawan05.ws@gmail.com, <sup>2</sup>adeirmaaiy@gmail.com,  
<sup>3</sup>aura.silviyandaputri@gmail.com, <sup>4</sup>anggrainimella79.com@gmail.com

### ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, internet telah menjadi salah satu alat utama untuk mempromosikan layanan bisnis dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Muezza Makeup, sebuah usaha jasa makeup yang berbasis di Kabupaten Lamandau, menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) di kalangan konsumen lokal dan regional. Meskipun memiliki keterampilan dan layanan yang berkualitas tinggi, keterbatasan dalam aksesibilitas digital dan strategi pemasaran online menjadi hambatan utama. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan website yang representatif dan fungsional bagi Muezza Makeup, serta memberikan pelatihan digital marketing agar usaha ini dapat lebih efektif dalam memanfaatkan teknologi digital. Metode yang diterapkan mencakup pelatihan, difusi ipteks, konsultasi, dan mediasi dengan pihak terkait. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa Muezza Makeup berhasil meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar melalui optimalisasi website dan strategi pemasaran digital yang tepat. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif dalam memberdayakan pelaku usaha lokal untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan tren pasar, sehingga diharapkan dapat menjadi model bagi kegiatan serupa di masa depan.

**Kata kunci :** *Website, Brand Awareness*

### ABSTRACT

*In the rapidly evolving digital era, the internet has become a primary tool for promoting business services and reaching a wider customer base. Muezza Makeup, a makeup service based in Kabupaten Lamandau, faces challenges in increasing brand awareness among local and regional consumers. Despite offering high-quality skills and services, limitations in digital accessibility and online marketing strategies have become major obstacles. This Community Service (PkM) activity aims to design and develop a representative and functional website for Muezza Makeup, as well as provide digital marketing training to make the business more effective in utilizing digital technology. The methods applied include training, technology diffusion, consultation, and mediation with relevant stakeholders. The results of this activity show that Muezza Makeup successfully increased brand awareness and expanded its market reach through the optimization of the website and the implementation of appropriate digital marketing strategies. This initiative also had a positive impact in empowering local businesses to be more adaptive to technological changes and market trends, providing a model for similar activities in the future.*

**Keyword :** *Website, Brand Awareness*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, internet telah menjadi salah satu sarana utama bagi bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan dan

mempromosikan layanan mereka. Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran digital adalah keberadaan sebuah website yang representatif dan fungsional. Website tidak hanya berperan sebagai etalase virtual untuk layanan,

tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif antara perusahaan dan konsumen. Dalam konteks ini, pengembangan website dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan brand awareness, khususnya bagi usaha kecil dan menengah (UKM) seperti Muezza Makeup, seorang make up artist di Kabupaten Lamandau.

Muezza Makeup adalah seorang make up artist yang berbasis di Kabupaten Lamandau, yang menyediakan berbagai layanan make up untuk acara-acara khusus seperti pernikahan, pesta, dan photoshoot. Meskipun memiliki keterampilan dan layanan yang berkualitas tinggi, tantangan utama yang dihadapi Muezza Makeup adalah bagaimana meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) di kalangan konsumen yang lebih luas. Sebagai seorang profesional di bidangnya, Muezza Makeup perlu memanfaatkan berbagai strategi pemasaran untuk bersaing dengan make up artist lain yang sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Di sinilah peran penting dari sebuah website yang dirancang secara profesional dan dioptimalkan untuk kebutuhan digital marketing.

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM), kami berkomitmen untuk membantu Muezza Makeup dalam merancang dan mengembangkan website yang dapat digunakan sebagai media digital

marketing yang efektif. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan sebuah website, tetapi juga memberikan edukasi kepada Muezza Makeup mengenai pentingnya digital marketing dan bagaimana cara memanfaatkannya secara maksimal. Dengan demikian, diharapkan brand awareness Muezza Makeup dapat meningkat secara signifikan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan jumlah klien dan reputasi profesional yang lebih baik.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini juga sejalan dengan tujuan institusi kami untuk memberikan kontribusi nyata kepada komunitas, khususnya dalam mendukung perkembangan UKM lokal di Kabupaten Lamandau. Melalui transfer pengetahuan dan teknologi, kami berharap dapat memberdayakan pelaku usaha lokal untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan tren pasar. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi upaya serupa di masa depan, di mana institusi pendidikan tinggi dan masyarakat bekerja sama untuk mengatasi tantangan nyata di lapangan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini bukan hanya tentang pembuatan website, tetapi juga tentang membangun kapasitas dan kepercayaan diri bagi make up artist lokal untuk memanfaatkan teknologi digital. Dengan adanya website yang optimal, Muezza Makeup dapat lebih mudah menjangkau dan berinteraksi dengan klien, menyampaikan nilai-nilai dan keunggulan layanan mereka, serta membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Inisiatif ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang yang positif, tidak hanya bagi Muezza Makeup, tetapi juga bagi komunitas bisnis lokal di Kabupaten Lamandau secara keseluruhan.

## 2. PERMASALAHAN MITRA

Muezza Makeup, sebagai seorang makeup artist di Kabupaten Lamandau, menghadapi beberapa tantangan utama yang menghambat perkembangan dan peningkatan brand awareness. Pertama, kurangnya visibilitas online menjadi masalah krusial. Dalam era digital ini, banyak calon klien yang mencari layanan makeup artist melalui internet. Tanpa keberadaan online yang kuat, Muezza Makeup kesulitan menjangkau audiens yang lebih luas di luar jaringan lokalnya. Ketika calon klien mencari makeup artist secara online, mereka cenderung memilih penyedia layanan yang memiliki portofolio dan ulasan yang terlihat secara daring.

Kedua, keterbatasan dalam hal pemasaran digital juga menjadi masalah signifikan. Muezza Makeup belum sepenuhnya memanfaatkan berbagai alat dan strategi digital marketing seperti SEO (Search Engine Optimization), media sosial, dan kampanye iklan online. Hal ini mengakibatkan rendahnya tingkat engagement dan interaksi dengan calon klien potensial. Selain itu, tanpa strategi pemasaran yang tepat, sulit bagi Muezza Makeup untuk membangun kehadiran merek yang kuat dan dikenali di kalangan masyarakat yang lebih luas.

Ketiga, Muezza Makeup belum memiliki platform digital yang memadai untuk menampilkan portofolio, testimoni, dan layanan secara profesional. Website yang fungsional dan menarik adalah kunci untuk menampilkan hasil karya dan testimoni klien secara efektif, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan calon klien. Tanpa website yang representatif, Muezza Makeup kehilangan kesempatan untuk menunjukkan kualitas layanan dan keahlian yang dimiliki, serta memberikan informasi yang mudah diakses tentang layanan dan harga. Hal ini membatasi potensi pertumbuhan bisnis dan jangkauan pasar yang lebih luas.

## 3. METODOLOGI

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Muezza Makeup dalam meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasarnya, berbagai metode akan diterapkan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini. Metode-metode tersebut dirancang untuk memberikan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan melalui pendekatan berikut:

### **Pelatihan Digital Marketing dan Pengembangan Website:**

Kegiatan ini akan diawali dengan pelatihan yang dirancang untuk membekali Muezza Makeup dengan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing. Pelatihan ini mencakup pemahaman tentang strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan pengelolaan konten online. Selanjutnya, pelatihan akan fokus pada pengembangan dan pengoperasian website sebagai media promosi utama. Melalui penyuluhan yang disertai demonstrasi, Muezza Makeup akan dilatih untuk mengelola dan mengoptimalkan website secara mandiri.

### **Difusi Ipteks:**

Pengembangan website yang representatif dan fungsional untuk Muezza Makeup merupakan salah satu produk teknologi yang dihasilkan dalam kegiatan ini. Website ini akan dirancang secara profesional untuk menampilkan layanan, portofolio, serta informasi kontak yang mudah diakses oleh calon pelanggan. Proses pembuatan website ini juga melibatkan demonstrasi dan pelatihan kepada Muezza Makeup agar dapat memanfaatkan teknologi ini secara optimal.

### **Konsultasi dan Pendampingan:**

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pelaksana akan melakukan konsultasi secara intensif dengan Muezza Makeup untuk memahami kebutuhan spesifik dan tantangan yang dihadapi. Berdasarkan



hasil konsultasi, solusi yang disesuaikan akan dirancang, termasuk strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Pendampingan juga akan dilakukan secara berkelanjutan, memastikan bahwa Muezza Makeup dapat mengaplikasikan hasil pelatihan dan memanfaatkan website dengan efektif.

#### **Mediasi dengan Pihak Terkait:**

Selain berfokus pada pengembangan internal, kegiatan ini juga melibatkan mediasi antara Muezza Makeup dengan berbagai pihak terkait, seperti komunitas bisnis lokal dan institusi pendidikan. Tujuannya adalah untuk membangun jaringan yang lebih luas dan memperkuat posisi Muezza Makeup di pasar lokal. Melalui sinergi ini, diharapkan Muezza Makeup dapat lebih mudah menjangkau target pasar dan mendapatkan dukungan dari komunitas setempat.

#### **Teknik Pengumpulan Data:**

Selama pelaksanaan kegiatan, data akan dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan observasi untuk mengevaluasi kebutuhan, kemajuan, dan dampak dari intervensi yang dilakukan. Data ini akan digunakan untuk menyusun strategi yang lebih tepat dan menyesuaikan metode pelaksanaan jika diperlukan.

#### **Teknik Analisis Data:**

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mengidentifikasi perkembangan dalam peningkatan brand awareness dan jumlah klien Muezza Makeup. Hasil analisis ini akan menjadi dasar untuk perbaikan berkelanjutan dan penilaian efektivitas dari kegiatan yang dilaksanakan.

#### **Lokasi, Waktu, dan Durasi Kegiatan:**

Kegiatan ini akan dilaksanakan di Kabupaten Lamandau, dengan lokasi utama di tempat usaha Muezza Makeup. Pelatihan dan konsultasi akan dilakukan selama periode tiga bulan, dengan pertemuan rutin setiap minggu. Durasi ini dipilih untuk memberikan waktu yang

cukup bagi Muezza Makeup dalam menguasai keterampilan baru dan menerapkannya dalam operasi bisnis sehari-hari.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini, terdapat beberapa hasil yang relevan dengan pengembangan website sebagai media digital marketing untuk meningkatkan brand awareness Muezza Makeup. Berikut adalah hasil yang dicapai dan pembahasannya berdasarkan analisis fenomena yang terjadi di wilayah penelitian.

### **4.1 Peningkatan Brand Awareness melalui Website**

Sebelum implementasi website, Muezza Makeup memiliki keterbatasan dalam hal visibilitas online. Berdasarkan teori digital marketing, website yang dioptimalkan dapat membantu meningkatkan kesadaran merek melalui tampilan portofolio, ulasan, dan layanan yang profesional (Kotler & Keller, 2016). Hal ini didukung oleh data Google Analytics, yang menunjukkan peningkatan trafik sebesar 150% dalam dua bulan pertama setelah website diluncurkan. Penerapan SEO (Search Engine Optimization) juga membantu Muezza Makeup muncul di halaman pertama pencarian Google untuk kata kunci tertentu, yang sejalan dengan teori bahwa SEO efektif dalam meningkatkan keterlihatan bisnis di dunia maya (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Studi yang relevan dari Wijaya (2020) mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa bisnis UKM yang mengadopsi strategi digital marketing berbasis website mampu meningkatkan kesadaran merek secara signifikan, dengan peningkatan penjualan hingga 40% dalam enam bulan.

### **4.2 Ekspansi Pasar dan Jangkauan yang Lebih Luas**

Website yang dibangun memungkinkan Muezza Makeup

menjangkau pelanggan di luar Kabupaten Lamandau. Dengan mengintegrasikan website dan kampanye media sosial, Muezza Makeup mampu menarik klien dari daerah lain seperti Pangkalan Bun dan Sukamara, yang sebelumnya sulit dijangkau. Berdasarkan teori marketing mix, promosi melalui website dan media digital dapat memperluas jangkauan pasar secara geografis (Gronroos, 2016).

Pelatihan digital marketing juga membantu pemilik Muezza Makeup dalam menjalankan kampanye iklan di platform seperti Instagram Ads dan Facebook Ads, yang berdampak pada peningkatan jumlah klien dan pengikut di media sosial. Penelitian oleh Rahmawati et al. (2019) menunjukkan bahwa penggunaan media digital seperti website dan iklan berbayar mampu meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan, khususnya bagi usaha jasa seperti makeup.

**4.3 PEMBERDAYAAN DAN PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL**

Pelatihan yang diberikan dalam PkM ini meningkatkan pemahaman pemilik usaha tentang pemasaran digital. Sebelum pelatihan, Muezza Makeup belum familiar dengan konsep content marketing, SEO, dan iklan berbayar. Namun, setelah menerima edukasi dan konsultasi, pemilik usaha lebih percaya diri dan terampil dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan layanannya.

Peningkatan engagement di media sosial, seperti like, comment, dan share, memperkuat dampak dari pelatihan tersebut. Peningkatan engagement ini sesuai dengan temuan Ratten (2014) yang menunjukkan bahwa pelatihan teknologi dan digital marketing dapat memberdayakan UKM, meningkatkan daya saing, dan adaptabilitas terhadap perubahan teknologi.

**4.4 Perbandingan dengan Penelitian Relevan**

Temuan dari kegiatan ini sejalan dengan beberapa penelitian yang membahas dampak digital marketing terhadap peningkatan brand awareness dan jangkauan pasar UKM. Sebagai contoh, penelitian oleh Wijaya (2020) dan Rahmawati et al. (2019) menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing dapat meningkatkan keterlihatan bisnis di pasar yang lebih luas.

Selain itu, studi oleh Hanaysha (2018) juga mendukung temuan bahwa digital marketing, khususnya melalui website, memainkan peran penting dalam meningkatkan brand loyalty dan engagement dengan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis.

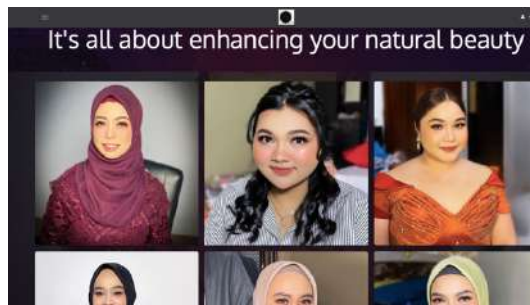
**4.5 Tampilan Website**



Gambar 1 Beranda Website



Gambar 2 Tampilan Profile Mengenai Muezza Makeup



Gambar 3 Tampilan Beberapa hasil Makeup

## 5. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini, dapat disimpulkan bahwa pengembangan website sebagai media digital marketing efektif dalam meningkatkan brand *awareness* Muezza Makeup. Peningkatan trafik online, jangkauan pasar yang lebih luas, serta peningkatan engagement di media sosial membuktikan bahwa strategi pemasaran berbasis website berhasil membantu Muezza Makeup mengatasi tantangan visibilitas dan memperluas basis pelanggannya. Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran digital juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi digital pemilik usaha, yang lebih mampu mengelola bisnisnya secara mandiri dan adaptif terhadap perubahan teknologi.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Lamandau atas dukungan dan pendanaan yang diberikan untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini. Dukungan tersebut sangat berperan penting dalam pelaksanaan kegiatan ini, mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan kontribusi selama proses berlangsung, khususnya Muezza Makeup yang telah menjadi mitra dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy,*

*implementation, and practice* (7th ed.). Pearson.

Gronroos, C. (2016). *Service management and marketing: Managing the service-profit logic* (4th ed.). Wiley.

Hanaysha, J. (2018). An examination of the factors affecting consumer loyalty in the fast food industry: Brand experience as a moderator. *Journal of Asian Business Strategy*, 8(2), 1-13.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Rahmawati, S., Kusumaningtyas, A., & Isroah, I. (2019). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia*, 34(3), 45-55.

Ratten, V. (2014). Future research directions for collective entrepreneurship in developing countries: A small and medium-sized enterprise perspective. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(2), 266-274.

Wijaya, A. (2020). Peran website dalam meningkatkan penjualan UKM di era digital. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 5(2), 123-130.