

Pembuatan *Website* Guna Meningkatkan *Brand Awareness* Pada *Muezza Makeup*

^{1*}Ade Irmayanti, ² Wawan Setiawan, ³ Farysha Suciati Shiddiqah

Politeknik Lamandau¹²³

*Email: adeirmaaiy@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.

Key words: *Website, Brand Awareness*

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, *internet* telah menjadi salah

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 *makeup artist* di Kabupaten Lamandau.

Muezza *Makeup* adalah seorang *makeup artist* yang berbasis di Kabupaten Lamandau, yang menyediakan berbagai layanan *makeup* 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 *makeup 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 *makeup 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.

RUMUSAN MASALAH

Di era digital yang semakin maju, internet telah menjadi alat vital bagi bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan layanan mereka. Namun, Muezza *Makeup*, sebagai salah satu usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang jasa *makeup* di Kabupaten Lamandau, menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan konsumen yang lebih luas. Meskipun Muezza *Makeup* menawarkan layanan yang berkualitas tinggi, keterbatasan dalam aksesibilitas dan promosi digital menjadi hambatan utama dalam upaya memperluas jangkauan pasar.

Salah satu solusi potensial untuk mengatasi masalah ini adalah melalui pengembangan *website* yang representatif dan fungsional. *Website* tersebut tidak hanya akan berfungsi sebagai etalase virtual untuk menampilkan layanan Muezza *Makeup*, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif dengan calon pelanggan. Meskipun demikian, tantangan yang dihadapi tidak hanya terbatas pada pembuatan *website*, tetapi juga pada pemanfaatan *website* tersebut sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang efektif.

Dengan latar belakang ini, rumusan masalah yang dihadapi adalah bagaimana Muezza *Makeup* dapat memanfaatkan teknologi digital, khususnya melalui pengembangan dan optimalisasi *website*, untuk meningkatkan *brand awareness* Prasetyo dan Suryani (2016) dan memperluas pangsa pasar di Kabupaten Lamandau dan sekitarnya. Hal ini mencakup bagaimana merancang *website* yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga dioptimalkan untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih luas, serta bagaimana memberdayakan Muezza *Makeup* untuk mengelola dan memanfaatkan *website* tersebut secara mandiri dan berkelanjutan.

METODE

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 Hakim (2015), Susanto (2019), 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.

PEMBAHASAN

Dalam kegiatan ini, istilah utama yang digunakan adalah "*Digital Marketing*" dan "*Website Development*" yang menjadi fokus utama dalam memberikan solusi bagi Muezza Makeup. Digital marketing mencakup berbagai strategi dan taktik yang diterapkan melalui *platform online* untuk mempromosikan layanan Muezza Makeup, sedangkan pengembangan *website (website development)* merujuk pada proses merancang, membuat, dan mengelola *website* sebagai alat utama promosi dan komunikasi dengan pelanggan Wicaksono (2018).

Model yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah "*In-house Training and Development*," di mana pelatihan dilakukan secara langsung di tempat usaha Muezza Makeup. Pelatihan ini melibatkan demonstrasi praktis dalam penggunaan teknologi digital dan pengelolaan *website*, serta sesi konsultasi yang bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar lokal.

Kegiatan ini didokumentasikan secara komprehensif, meliputi berbagai aspek seperti pelatihan, pengembangan *website*, dan interaksi dengan Muezza Makeup. Dokumentasi visual berupa foto dan video digunakan untuk merekam proses pelatihan dan pengembangan *website*, yang mencakup langkah-langkah teknis dalam pembuatan *website*, serta momen penting selama konsultasi.

Adapun keunggulan dari luaran kegiatan ini adalah Adaptasi dengan Kondisi Lokal yaitu *Website* yang dikembangkan disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar lokal, sehingga Muezza Makeup dapat lebih mudah menjangkau pelanggan di Kabupaten Lamandau dan sekitarnya. Desain yang responsif dan *user-friendly* memastikan aksesibilitas yang tinggi, bahkan di area dengan keterbatasan teknologi.

Selain itu Dengan adanya *website*, Muezza Makeup dapat meningkatkan visibilitasnya secara signifikan. *Website* ini tidak hanya berfungsi sebagai etalase layanan, tetapi juga sebagai *platform* untuk menampilkan portofolio, testimoni pelanggan, dan informasi kontak yang memudahkan calon pelanggan dalam membuat keputusan.

Kelemahan dengan adanya Luaran kegiatan ini adalah Ketergantungan pada Teknologi. Keberhasilan strategi digital ini sangat bergantung pada akses dan pemahaman teknologi oleh Muezza Makeup. Meskipun pelatihan telah dilakukan, ada kemungkinan bahwa kendala teknis atau keterbatasan pengetahuan dapat menghambat

pemanfaatan *website* secara optimal Wicaksono (2018).

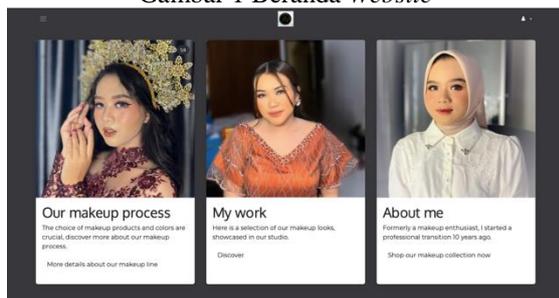
Kelemahan lain yaitu Persaingan bisnis sejenis yang Ketat. Meskipun *website* membantu meningkatkan kehadiran digital, persaingan dengan *makeup* artist lain yang sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat tetap menjadi tantangan yang signifikan. Diperlukan upaya berkelanjutan untuk memastikan *website* ini tetap relevan dan menarik bagi pelanggan.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat diketahui beberapa peluang yaitu Pertumbuhan Pasar dan Pengembangan Layanan. Dengan keberadaan *website* yang dikelola dengan baik, Muezza Makeup memiliki peluang besar untuk memperluas pasarnya, tidak hanya di Kabupaten Lamandau tetapi juga di wilayah lain yang lebih luas. *Website* ini dapat menjadi alat yang efektif untuk menarik pelanggan dari luar daerah, terutama jika dipadukan dengan strategi SEO dan pemasaran konten yang tepat.

Kesuksesan dari kegiatan ini dapat membuka peluang bagi Muezza Makeup untuk mengembangkan layanan tambahan, seperti konsultasi *makeup online* atau kursus *makeup* digital, yang dapat diintegrasikan langsung melalui *website*.



Gambar 1 Beranda Website



Gambar 2 Tampilan Profile Mengenai Muezza Makeup



Gambar 3 Tampilan Beberapa hasil Makeup

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan untuk mendukung pengembangan usaha Muezza Makeup di Kabupaten Lamandau telah berhasil mencapai target utama yang ditetapkan, yaitu peningkatan kesadaran merek (*brand awareness*) melalui strategi digital marketing dan pengembangan *website*. Melalui pelatihan, konsultasi, dan difusi teknologi, Muezza Makeup kini memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola *website* sebagai alat utama pemasaran, yang tidak hanya berfungsi sebagai etalase virtual tetapi juga sebagai platform komunikasi yang efektif dengan pelanggan.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini, seperti pelatihan digital marketing, pengembangan *website*, dan konsultasi intensif, terbukti tepat dan sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi Muezza Makeup. Penggunaan metode ini tidak hanya membantu mengatasi keterbatasan aksesibilitas digital, tetapi juga memungkinkan Muezza Makeup untuk bersaing lebih efektif dalam pasar lokal dan regional.

Dampak dari kegiatan ini sudah mulai terlihat dengan meningkatnya visibilitas Muezza Makeup di platform online, serta peningkatan interaksi dengan calon pelanggan melalui *website* yang telah dikembangkan. Manfaat jangka panjang dari kegiatan ini diharapkan akan terus

berkembang seiring dengan peningkatan keterampilan dan pemahaman Muezza *Makeup* dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usahanya.

Sebagai rekomendasi untuk kegiatan Pengabdian Masyarakat berikutnya, disarankan untuk melanjutkan program pendampingan dan pelatihan lanjutan dalam digital marketing, terutama yang berfokus pada strategi optimasi mesin pencari (SEO) dan pemasaran konten. Selain itu, pengembangan kapasitas Muezza *Makeup* dalam memanfaatkan media sosial secara efektif juga akan memberikan nilai tambah yang signifikan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha ini di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Politeknik Lamandau atas dukungan pendanaan yang telah diberikan untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini. Bantuan dan dukungan dari Politeknik Lamandau sangat berarti dalam mewujudkan program ini, yang bertujuan untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Lamandau, khususnya Muezza *Makeup*.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mitra pengabdian yang telah bekerja sama dengan baik dalam pelaksanaan kegiatan ini. Tanpa kolaborasi dan komitmen yang kuat dari mitra pengabdian, program ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.

Kami sangat menghargai semua dukungan dan kerja sama yang telah diberikan, serta berharap hubungan baik ini dapat terus berlanjut untuk kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan, A., 2018. *Panduan Praktis Digital Marketing untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Informatika.

Hakim, L., 2015. Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap peningkatan brand awareness. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), pp.135-148.

Handoko, W., 2021. *Manajemen Pemasaran Digital: Teori dan Praktik*. Surabaya: Pustaka Pelajar.

Nurhadi, R., 2020. Analisis efektivitas konten pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 7(4), pp.150-165.

Prasetyo, E. dan Suryani, T., 2016. *Strategi Pemasaran Digital untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sari, R.D., 2017. Peran media sosial dalam membangun brand awareness di kalangan usaha kecil. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1), pp.45-60.

Setiawan, A.R., 2020. *Digital Marketing untuk UKM: Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Susanto, B., 2019. Optimalisasi *website* sebagai alat pemasaran pada usaha kecil menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), pp.110-125.

Wicaksono, D., 2018. Implementasi SEO dalam strategi pemasaran online. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(3), pp.78-90.

Yulianto, A., 2019. Pengembangan brand melalui strategi digital marketing di era globalisasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(1), pp.32-45.