

TRANSFORMASI DIGITAL USAHA BUKET: STUDI PENERAPAN E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL DALAM SEKTOR EKONOMI KREATIF BIDANG HADIAH

Afdhol Nahot Sirait¹, Nailah Audri Reva², Siti Maysarah³, Zainarti⁴

¹²³⁴ Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Desember, 2025

Revised Desember, 2025

Accepted Desember, 2025

Available Desember, 2025

afdholnahotsirait123@gmail.com

nylaaadri@gmail.com

smaysarah012@gmail.com

zainartimm60@gmail.com

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

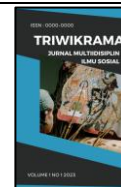
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses transformasi digital pada usaha buket dengan fokus pada penerapan e-commerce dan media sosial sebagai strategi pemasaran di sektor ekonomi kreatif bidang hadiah. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha buket serta observasi terhadap aktivitas digital usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, berperan signifikan dalam membangun citra usaha, memperluas jangkauan promosi, serta menarik minat pelanggan melalui konten visual yang kreatif. Sementara itu, e-commerce membantu meningkatkan efisiensi transaksi, pengelolaan pesanan, dan komunikasi dengan pelanggan. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital telah memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan dan daya saing usaha buket, sehingga pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi penting bagi pelaku ekonomi kreatif dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era modern.

Kata Kunci: Transformasi Digital, E-Commerce, Media Sosial, Ekonomi Kreatif, Usaha Buket.

ABSTRACT

This study aims to analyze the digital transformation process in bouquet businesses, focusing on the application of e-commerce and social media as marketing strategies in the creative economy gift sector. The research approach used was descriptive qualitative, using in-depth interviews with bouquet business owners and observations of their digital activities. The results indicate that social media, particularly Instagram and TikTok, play a significant role in building business image, expanding promotional reach, and attracting customers through creative visual content. Meanwhile, e-commerce helps improve transaction efficiency, order management, and customer communication. The findings of this study confirm that digital transformation has had a positive impact on the sustainability and competitiveness of bouquet businesses, making the use of digital



technology a crucial strategy for creative economy players in addressing changing consumer behavior in the modern era.

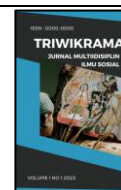
Keywords: *Digital Transformation, E-Commerce, Social Media, Creative Economy, Bouquet Business.*

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital menjadi fenomena global yang semakin mendapat perhatian, terutama sejak hadirnya Revolusi Industri 4.0 yang mendorong percepatan penggunaan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu bentuk transformasi digital yang paling menonjol adalah perdagangan elektronik atau e-commerce, di mana transaksi jual beli tidak lagi dibatasi ruang dan waktu. Lonjakan aktivitas belanja online setelah pandemi COVID-19 menunjukkan kemampuan konsumen maupun pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap pola konsumsi baru. Transformasi ini bukan hanya terkait penggunaan teknologi, tetapi juga melibatkan perubahan fundamental pada model bisnis, strategi pemasaran, hingga perilaku konsumen modern. (Selly Silviawati, Eka Satria Wibawa, Nindi Anggi Wardani, Sri Wahyuning, & Ita Noviana, 2025).

Adopsi teknologi dalam e-commerce telah menjadi faktor utama yang meningkatkan kinerja serta daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UKM dalam mengadopsi platform e-commerce. (Ingriana, Chondro, Rolando, & Bangsa, 2024). Pada saat yang sama, tren digitalisasi tidak dapat diabaikan oleh UMKM, sebab digitalisasi mampu menciptakan peluang baru, meningkatkan daya saing, serta menjamin keberlanjutan usaha baik di pasar domestik maupun global. Transformasi digital pada dasarnya bertujuan menciptakan keunggulan kompetitif melalui pemanfaatan data dan penyelarasan model bisnis secara lebih adaptif. (Luthfi & Sangaji, 2025).

Perkembangan sektor e-commerce terbukti mempercepat proses transaksi, membuka akses pasar yang lebih luas, serta meningkatkan efisiensi operasional pelaku usaha. Secara global, nilai transaksi e-commerce mencapai USD 4,9 triliun pada tahun 2021 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 6,4 triliun pada tahun 2024. Di Indonesia, sektor ini memberikan kontribusi sebesar 64,5% terhadap total nilai ekonomi digital nasional pada tahun 2022, yang mencapai USD 77 miliar. Data tersebut menegaskan bahwa e-commerce telah menjadi pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi baik secara nasional maupun global. (Edita Rachma Kamila, Anala Ilfi Xena Andini, & Tutie Azzahra, 2025).



Dalam konteks pemasaran, penggunaan media digital dinilai efektif dalam meningkatkan efisiensi promosi dan transaksi karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan segmentasi beragam. Media sosial dan marketplace menjadi platform utama yang diandalkan pelaku usaha untuk memperluas pemasaran. (Lubis, Zarina, & Jannah, 2025). Media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan bisnis, baik sebagai sarana komunikasi, pemasaran produk dan layanan, interaksi dengan pelanggan, maupun sebagai media branding dengan biaya rendah. (Fadillah, 2024).

Transformasi digital juga mendorong perubahan dalam berbagai layanan, mulai dari transaksi penjualan, distribusi, hingga layanan pendukung lain seperti pengiriman dan telekomunikasi. Perubahan ini menuntut pelaku usaha untuk mengadopsi strategi digital yang komprehensif agar dapat bertahan dalam persaingan modern. Selain itu, digitalisasi telah melahirkan paradigma baru dalam pembangunan ekonomi, yang berfokus pada pemanfaatan pengetahuan, kreativitas, dan inovasi. (Melisa, Faisal, & Fasa, 2025).

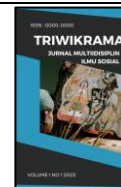
Dalam satu dekade terakhir, sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melaporkan bahwa nilai Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif tahun 2023 mencapai lebih dari Rp1.300 triliun, serta menciptakan lebih dari 22 juta lapangan kerja. (Putri, Azzahra, Prameswari, & Putri, 2025). Ekonomi kreatif menekankan pada pengembangan produk berbasis kreativitas, pengetahuan, dan inovasi, sehingga mampu menjawab tantangan ekonomi modern. (Siagian, Solfema, & Putri, 2025).

Salah satu subsektor ekonomi kreatif yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah bisnis buket bunga. Produk buket semakin populer karena tidak hanya digunakan untuk acara tertentu seperti wisuda, ulang tahun, maupun perayaan spesial, tetapi juga sebagai medium ekspresi dengan nilai estetika dan emosional tinggi. Permintaan buket bunga meningkat seiring gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin menghargai personalisasi dan estetika produk. (Cahyani, Firmansyah, Oktaviani, Sесilia, & Pratama, 2024). Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha buket untuk mengembangkan kreativitas dan meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan e-commerce dan media sosial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Transformasi Digital

Transformasi digital adalah penggunaan teknologi digital terkini. Ini memiliki kemampuan untuk mendorong kemajuan dalam operasional dan penetrasi pasar, seperti meningkatkan pengalaman



pelanggan dan kepuasan, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan model bisnis inovatif. Perkembangan teknologi digital yang pesat di pasar telah mendorong banyak organisasi untuk menerapkan transformasi digital dalam operasi mereka. Dipandang sebagai proses strategis, ini menjadi prioritas utama bagi eksekutif dan melihat dampak teknologi digital terhadap model bisnis saat ini dan masa depan. (Melisa et al., 2025).

Definisi E-Commerce

Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai "e-commerce", adalah aktivitas membeli dan menjual barang atau jasa melalui jaringan internet, yang melibatkan transaksi antara konsumen dan perusahaan, atau antar perusahaan. E-commerce memungkinkan konsumen mengakses produk dan layanan di mana saja dan kapan saja. Ini juga memungkinkan transaksi yang cepat dan efisien. (Edita Rachma Kamila et al., 2025).

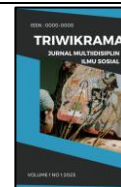
Ekonomi Kreatif

Konsep ekonomi kreatif tekanan kemampuan intelektual, inovasi, dan kreativitas sebagai elemen penting dalam proses produksi. Ambiwati & Sobari (2020) mengatakan bahwa kemajuan teknologi di era digital memberi banyak peluang bagi ekonomi kreatif untuk menjadi lebih kreatif. Menurut Wahyuningsih & Satriani (2019), ekonomi kreatif berasal dari kebutuhan ekonomi kontemporer yang menekankan sumber daya informasi, pengetahuan, dan ide. (Siagian et al., 2025).

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam proses transformasi digital yang dilakukan oleh pelaku usaha buket dalam memanfaatkan e-commerce dan media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengalaman, strategi, dan pandangan pelaku usaha terhadap perubahan pola pemasaran di era digital.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pemilik usaha buket yang menjadi informan utama dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki keleluasaan untuk menggali informasi lebih lanjut sesuai dengan konteks jawaban informan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi non-partisipatif terhadap aktivitas digital usaha, seperti konten media sosial, cara pelaku usaha mengelola marketplace, hingga bentuk interaksi dengan pelanggan secara daring. Teknik ini membantu peneliti memperoleh pemahaman yang lebih kuat mengenai implementasi strategi digital yang dijalankan.



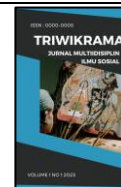
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha buket, diperoleh gambaran bahwa transformasi digital memiliki peran penting dalam perkembangan bisnis kreatif berbasis hadiah. Usaha buket yang berdiri sejak tahun 2021 ini bermula dari hobi membuat buket untuk teman, kemudian berkembang menjadi usaha profesional seiring meningkatnya permintaan. Produk yang ditawarkan cukup beragam, mulai dari buket bunga segar, buket artificial, buket snack, buket uang, hingga hampers khusus untuk acara tertentu. Target pasar utama usaha ini adalah mahasiswa dan pekerja muda yang membutuhkan hadiah praktis dan estetik untuk momen spesial seperti wisuda, ulang tahun, dan perayaan lainnya.

Transformasi digital terlihat jelas dari strategi pemasaran yang dilakukan pemilik usaha sejak awal berdirinya. Pemilik usaha menyadari bahwa potensi digital marketing sangat besar, terutama karena pemasaran offline masih terbatas pascapandemi. Oleh karena itu, penggunaan platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business menjadi pilihan utama dalam mengembangkan usaha. Pemilik usaha menilai bahwa pemasaran digital lebih hemat biaya, mudah dijalankan, serta memberikan jangkauan pelanggan yang lebih luas dibandingkan strategi pemasaran tradisional.

Media sosial berperan sangat signifikan dalam membangun branding dan meningkatkan penjualan. Pemilik usaha menggunakan Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business sebagai kanal utama promosi. Instagram dipilih karena mendukung tampilan visual produk secara optimal, sementara TikTok digunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui konten video pendek. Konten yang dibuat meliputi foto buket, video proses pembuatan, testimoni pelanggan, serta reels kreatif yang mengikuti tren. Berdasarkan wawancara, sekitar 80% pelanggan berasal dari media sosial, menunjukkan bahwa platform digital memiliki kontribusi kuat terhadap peningkatan pesanan. Interaksi dengan pelanggan dilakukan melalui direct message, komentar, serta fitur chat WhatsApp Business yang memudahkan komunikasi terkait pemesanan.

Selain media sosial, pemilik usaha juga memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee dan TikTok Shop. Penggunaan e-commerce membantu mengelola pesanan dengan lebih terstruktur dan memudahkan pelanggan dalam pembayaran maupun pengiriman. Fitur katalog produk, pengaturan ongkir otomatis, promosi gratis ongkir, serta opsi pembayaran COD terbukti menarik minat pelanggan generasi muda. Kehadiran platform e-commerce memperluas pasar usaha ini, sehingga pesanan tidak hanya berasal dari sekitar wilayah usaha, tetapi juga dari luar kota.



Dari sisi dampak, transformasi digital memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap perkembangan usaha. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa setelah memanfaatkan media sosial dan e-commerce, pesanan meningkat hingga 40-50%, terutama pada musim wisuda. Pelanggan juga memberikan tanggapan positif karena proses pemesanan melalui platform digital dinilai lebih praktis dan informatif. Semua informasi seperti harga, ukuran, dan jenis buket dapat diakses secara cepat sehingga mempercepat proses transaksi.

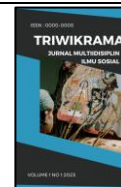
Namun demikian, transformasi digital juga menghadirkan beberapa tantangan. Pemilik usaha menyampaikan bahwa perubahan algoritma media sosial sering memengaruhi jangkauan konten, sehingga postingan tidak selalu tampil optimal di beranda pengguna. Selain itu, keterbatasan waktu dalam membuat konten dan membalas pesan pelanggan menjadi kendala tersendiri, terutama saat pesanan sedang ramai. Persaingan usaha buket di media sosial juga semakin ketat sehingga pelaku usaha dituntut untuk selalu kreatif dan adaptif. Untuk mengatasi kendala tersebut, pemilik usaha menerapkan strategi seperti membuat jadwal rutin posting, meningkatkan kualitas foto dan video, serta memanfaatkan fitur auto-reply untuk respons cepat pelanggan.

Ke depan, pemilik usaha berencana mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih kuat melalui peningkatan kualitas branding, memperbanyak konten video kreatif, serta memperluas pemanfaatan marketplace lain. Pemilik usaha juga ingin mencoba fitur live TikTok sebagai strategi interaktif untuk menarik calon pelanggan secara real time. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha semakin memahami pentingnya transformasi digital sebagai pendorong pertumbuhan bisnis di era modern.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital memainkan peran penting dalam perkembangan usaha buket di sektor ekonomi kreatif. Pemanfaatan e-commerce dan media sosial terbukti mampu membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta membangun hubungan yang lebih interaktif dengan konsumen. Melalui wawancara dengan pemilik usaha, ditemukan bahwa media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi sarana utama dalam menampilkan katalog produk, membangun citra usaha, serta menarik minat calon pelanggan melalui konten visual yang kreatif.

Sementara itu, penggunaan platform e-commerce memberikan keuntungan dalam pengelolaan transaksi yang lebih terstruktur, mudah, dan aman. Pelaku usaha juga merasakan efisiensi yang lebih tinggi dalam pengaturan pesanan, komunikasi dengan pelanggan, hingga

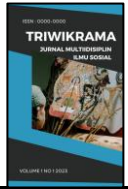


proses pengiriman. Transformasi digital tidak hanya meningkatkan kecepatan pelayanan, tetapi juga memperkuat daya saing usaha di tengah maraknya kompetisi bisnis buket.

Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital melalui e-commerce dan media sosial telah memberikan dampak positif bagi keberlanjutan usaha buket. Transformasi digital tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga strategi utama bagi pelaku ekonomi kreatif untuk tetap relevan, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat modern.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, D., Firmansyah, D. D., Oktaviani, D., Sesilia, D. A., & Pratama, R. H. (2024). Optimalisasi Pemasaran Digital dan Keterampilan Kreatif bagi UMKM Toko Buket bunga untuk Meningkatkan Kualitas dan Penjualan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 709-714. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1851>
- Edita Rachma Kamila, Anala Ilfi Xena Andini, & Tutie Azzahra. (2025). Transformasi Digital dan Pertumbuhan E-Commerce: Dampak, Peluang, dan Tantangan di Era Modern. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 141-145. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3810>
- Fadillah, T. Z. (2024). Analisis Usaha Dan Strategi Pemasaran Buket Ita Melalui Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 9(01), 49-59. <https://doi.org/10.59179/jek.v9i01.98>
- Ingriana, A., Chondro, J., Rolando, B., & Bangsa, U. D. (2024). Transformasi Digital Model Bisnis Kreatif : Peran Sentral E-Commerce Dan Inovasi Teknologi Di Indonesia. *Jumder Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 1-21.
- Lubis, R. K., Zarina, S., & Jannah, N. (2025). Strategi Pemasaran Melalui Media Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Produk Florist. *Jurnal Media Informatika*, 6(2), 1289-1292. Retrieved from <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin/article/view/5465%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jumin/article/download/5465/3447>
- Luthfi, A., & Sangaji, B. (2025). Transformasi Digitalisasi UMKM Batik Bekasi: Studi Kasus Etiesta Craft. *Lentera Pengabdian*, 3(01), 88-92. <https://doi.org/10.59422/lp.v3i01.799>
- Melisa, O. :, Faisal, T., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital: Peran E-Commerce Dalam Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jma (Jurnal Media Akademik)*, 3(4), 3031-5220.
- Putri, A., Azzahra, K. D., Prameswari, V., & Putri, R. (2025). Workshop Ekonomi Kreatif , Pembuatan Buket Snack dan Strategi Branding, 4(2), 38-43.
- Selly Silviawati, Eka Satria Wibawa, Nindi Anggi Wardani, Sri Wahyuning, & Ita Noviana. (2025). Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Literatur.



Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime), 3(4), 159-175.

<https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3551>

Siagian, N. A., Solfema, S., & Putri, L. D. (2025). Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(8), 1581-1587.

<https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i8.303>