

Mengoptimalkan Prakarsa Media Sosial untuk Mendukung Bisnis *Make Up Artist* di Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) Kuranji Kota Padang

Meci Nilam Sari

STIA Adabiah Padang

mecinilam1502@gmail.com

Kilas Artikel

Volume 1 Issue 3
September 2023

Article History

Submission: 05-07-2023

Revised: 10-08-2023

Accepted: 05-09-2023

Published: 28-09-2023

Kata Kunci:

Media Sosial, Make Up Artist, IPEMI, MUA

Keywords:

Social Media, Make Up Artist, IPEMI, MUA



Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

1. PENDAHULUAN

Dalam era perkembangan bisnis yang pesat saat ini, banyak sektor bisnis yang mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama di bidang jasa. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari kebutuhan dasar masyarakat untuk memenuhi keperluan hidup mereka sehari-hari. Salah satu bisnis jasa yang mulai mendapatkan perhatian dan minat yang tinggi dari masyarakat adalah bisnis di bidang tata rias atau makeup. Makeup Artist, atau yang lebih dikenal sebagai MUA, adalah mereka yang memiliki keahlian dalam menghias wajah dengan

Abstrak

Kegiatan Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk usaha make up artist di IPEMI PC Kuranji ini adalah salah satu bentuk pengabdian masyarakat. IPEMI PC Kuranji merupakan sebuah organisasi wanita pengusaha yang memudahkan anggotanya untuk dapat berkarya dan inovatif dalam berwirausaha. Salah satunya adalah memperjuangkan make up artist di IPEMI PC kuranji. Banyaknya persaingan di mana-mana membuat MUA harus pintar-pintar memutar otak agar usaha jasa makeupnya dapat berjalan lancar. Namun, persaingan yang semakin ketat ini membuat banyak MUA pemula bingung bagaimana cara, salah satu cara untuk dapat membangkitkan usaha MUA adalah dengan mengelola dan memanfaatkan media sosial untuk usahanya.

Abstract

This training activity on the use of social media for make-up artist businesses at IPEMI PC Kuranji is a form of community service. IPEMI PC Kuranji is a women's entrepreneur organization that makes it easier for its members to be creative and innovative in entrepreneurship. One of them is fighting for make-up artists at IPEMI PC Kuranji. There is so much competition everywhere that MUAs have to be smart in racking their brains so that their makeup service business can run smoothly. However, this increasingly fierce competition has made many novice MUAs confused about how to do it. One way to revive the MUA business is by managing and utilizing social media for their business.

tujuan untuk mempercantik dan meningkatkan penampilan. Makeup bukan lagi sekadar cara untuk tampil lebih menarik, tetapi juga menjadi bagian penting dalam berbagai situasi dan kondisi yang memerlukan tata rias yang sesuai.

Profesi Makeup Artist atau MUA, pada masa lalu, sering kali dianggap sepele dan kurang prestisius. Banyak yang meremehkan profesi ini dan merasa bahwa menjadi seorang MUA tidaklah bergengsi (Chairul Fikri, 2019). Namun, dengan berkembangnya dunia digital, saat ini semakin banyak konten video tutorial makeup yang bermunculan di platform seperti YouTube dan media sosial lainnya. Hal ini telah memicu minat masyarakat untuk menjadikan MUA sebagai karir yang menjanjikan di bidang jasa makeup. Oleh karena itu, pelatihan dan workshop makeup secara langsung pun semakin diminati. Masyarakat mulai menyadari bahwa pekerjaan sebagai MUA tidak hanya sekadar kebutuhan, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan hobi dan passion dalam seni dan kecantikan.

Organisasi IPEMI PC Kuranji adalah wadah bagi wanita pengusaha yang memberikan dukungan dan fasilitas bagi anggotanya untuk berkarya dan berinovasi dalam dunia wirausaha. Salah satu inisiatif yang mereka lakukan adalah memperjuangkan pengembangan profesi Makeup Artist di kalangan anggota mereka. Peluang bisnis dalam bidang MUA berkembang pesat, sehingga memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan hasil karya MUA menjadi hal yang bijaksana. Dengan membagikan foto dan video hasil karyanya melalui media sosial, para MUA dapat lebih mudah menjangkau pasar potensial dan memperlihatkan kemampuan mereka secara nyata.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peluang bisnis yang ada di bidang Makeup Artist dan juga memberikan pelatihan serta dukungan kepada mereka yang ingin mengejar karir di bidang ini. Dengan demikian, diharapkan dapat membantu mengembangkan industri MUA yang pesat dan memberikan manfaat bagi para pelaku usaha.

2. METODE

Program Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk usaha Makeup Artist, yang diselenggarakan oleh IPEMI PC Kuranji, merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang bermanfaat. Kegiatan ini dimulai dengan pengenalan oleh narasumber, Meci Nilam Sari, S.Pd., M.A.B, seorang womenpreneur yang berpengalaman dalam bidang UMKM digital. Pelatihan ini dihadiri oleh 35 peserta, sebagian besar di antaranya adalah Makeup Artist yang sudah berprofesi atau yang masih belajar dan memulai karir di bidang jasa makeup.

Selama pelatihan, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi ceramah dari narasumber dan praktik pengaplikasian media sosial oleh peserta. Hasil dari pelatihan ini adalah peserta kini telah memiliki akun media sosial yang dapat digunakan sebagai alat promosi untuk usaha mereka di masa depan. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan bekal penting kepada peserta untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan bisnis Makeup Artist mereka.

Program ini merupakan langkah yang tepat dalam mendukung perkembangan industri Makeup Artist yang semakin pesat, dan memberikan manfaat nyata bagi para individu yang ingin mengejar karir di bidang ini.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat adalah salah satu bentuk pelatihan yang diberikan kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan sumber daya manusia, termasuk peningkatan keterampilan dan pemahaman terkait teknologi yang berkembang pesat saat ini. Usaha di

bidang jasa makeup, khususnya oleh Makeup Artist (MUA), menjadi populer, terutama di kalangan generasi milenial (Chairul Fikri, 2019). Namun, dengan persaingan yang semakin ketat, MUA perlu mengembangkan strategi untuk mempromosikan bisnis mereka. Salah satu strategi yang efektif adalah memanfaatkan media sosial.

Dulu, sebelum internet, konsumen harus datang langsung ke tempat usaha untuk melihat produk atau layanan yang ditawarkan. Transaksi juga dilakukan secara langsung atau dengan tawar-menawar. Namun, dengan kemajuan teknologi dan internet, media sosial, seperti Instagram dan TikTok, telah menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan bisnis MUA. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada anggota MUA IPEMI PC Kuranji tentang cara menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dan jasa mereka.

Tabel 1
Alat & Bahan PKM MUA IPEMI PC Kuranji

NO	Alat & Bahan	Keterangan
1	Make Up	Alat dan bahan di sponsori serta bekerjasama dengan inez Cosmetic
2	Ring light	Digunakan agar foto dan vidio saat mempromosikan di media sosial lebih tampak cerah dan hasilnya lebih bagus
3	HP	Sebagai media untuk promosi
4	Spanduk	Sebagai tanda bukti kegiatan di MUA IPEMI PC Kuranji

Kegiatan pelatihan ini mencakup pengenalan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, serta cara mengoptimalkan fitur-fitur dalam aplikasi tersebut. Peserta pelatihan, yang terdiri dari anggota MUA IPEMI PC Kuranji, diajarkan cara membuat dan mengelola akun media sosial bisnis, memanfaatkan fitur-fitur seperti komentar, like, dan hashtag, serta cara membuat konten yang menarik dan unik untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Dengan memahami penggunaan media sosial, para peserta diharapkan dapat meningkatkan eksposur bisnis mereka dan mencapai kesuksesan dalam industri MUA yang kompetitif. Pelatihan ini juga mengajarkan pentingnya kreativitas dan kualitas dalam konten yang diunggah, serta bagaimana membangun kepercayaan konsumen melalui media sosial. Dengan demikian, pelatihan ini memiliki dampak positif dalam memajukan usaha MUA di IPEMI PC Kuranji melalui pemanfaatan media sosial.



Gambar 1. Anggota PKM mempraktekan make up dan mengupload di media sosial

Semua pelatihan ini didukung oleh alat dan bahan seperti makeup, ring light, smartphone, dan spanduk yang diberikan oleh Inez Cosmetic. Dengan demikian, anggota MUA IPEMI PC Kuranji memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam mengelola bisnis mereka di era digital ini. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya bermain di media sosial, mengoptimalkan konten, dan memahami cara kerja media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sebagai alat promosi yang efektif. Dengan demikian, mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan tetap eksis di dunia bisnis.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan pada pemanfaatan media sosial MUA IPEMI PC Kuranji ini diselenggarakan oleh jurusan Adminstrasi Bisnis STIA Adabiah Padang. Pada pelaksanaan program ini semuanya berjalan dengan lancar, baik terhadap sarana dan prasarana yang ada. Hanya saja terkadang kita terkendala pada peserta yang usianya tidak begitu muda dengan sulit membuat akun media sosial untuk usahanya. Media sosial seperti instagram, tiktok adalah salah satu media sosial yang paling trend dilakukan pada era digital sekarang ini, dengan pemanfaatan digital membuat usaha bisa lebih exsis dan lebih menjangkau konsumen dibagian daerah baik dalam maupun luar negeri. Melakukan live di media sosial dengan mentutorialkan produk serta kegunaan make up yang ada dapat membantu konsumenn lebih percaya dengan jasa MUA tersebut.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada kepada suami dalam bidang pendanaan penelitian. dan Teruntuk almarhum ayahanda Ir. Amril. MT & Ibu Astrinur yang selalu support dibidang pendidikan. Terima kasih juga kepada unsur pimpinan dan keluarga besar STIA Adabiah padang serta peserta PKM dalam pemanfaatan make up artist IPEMI PC Kuranji yang selalu

mendukung proses pengabdian masyarakat ini hingga berjalan dengan lancar sampai sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmen Kahar, Rika Septrizarty, Asrul Mulyadin, Meci Nilam Sari, & Dabitha Wise Maliha. (2022). Meningkatkan gairah usaha kecil dan menengah (umkm) dengan perantara eksternal dan mengembangkan potensi internal. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427–4434. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.2992>
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Fikri, Chairul. 2019. *Profesi Makeup Artist Kerap Diminati Generasi Milenial*. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/587879/profesi-makeup-artist-kian-diminati-generasi-milenial> (diakses tanggal 02 Juni 2021)
- Farlina, W. ., Nilam Sari, M. ., & Nadia. (2021). Dampak Covid- 19 Terhadap Profit Pengusaha Wanita di Kuranji Kota Padang. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 1(1), 48 –52. Diambil dari <http://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakaaktiva/article/view/220>
- Maulina, E., & Sari, M. N. 2017. Policies and Business Strategies of Women Entrepreneurs: Study on Beauty Business Nadisse Salon. *AdBispreneur*,2(1), 67- 78 <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i1>
- Ma'rifah, H. N., Azizah, R. A. N. ., Jordi, M. R., Amrullah, M. B. N., Ichsan, M. N. ., Yunanto, I. F. ., Dermawan, R. B., & Fatmah, E. A. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar di Batik New Colet Jombang. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 270–276. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.377>
- Meci Nilam Sari, Rika Septrizarty, Wila Farlina, Azmen Kahar, & Agus Nurofik. (2022). Analisis strategi bisnis umkm melalui pemanfaatan media sosial tiktok shop. *Journal of Economics and Management Scienties*, 5(1), 001-009. Retrieved from <https://www.ojs.hrinstitut.id/index.php/JEMS/article/view/155>
- Meci Nilam Sari, Nadia Angraini, Azmen Kahar, Rika Septrizarty, Dabitha Wise Maliha. (2023). Knowledge Transfer Industri Kreatif Kerajinan Tangan Dari Kantong Kresek Pada Komunitas Pengusaha Tangguh & Mandiri (KOSTARI). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka (JPMB)*, 1 (3), 202-208 <https://bhinnekapublishing.com/ojsbp/index.php/Jpmb/article/view/44>
- Nasrullah, N., Tawakkal, T., & Jannah, M. (2022). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi perpustakaan di dinas perpustakaan dan kearsipan kabupaten bulukumba. *Jurnal Ilmu Perpustakaan (JIPER)*, 4(1).
- Nella, M., Sari, D. N. F., & Haryani, D. (2023). Pelatihan Komunikasi Pariwisata Berbasis Media Sosial (Instagram) Di Kota Pagar Alam, Sumatera Selatan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 84–91. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.356>
- Rahmat zul, dkk. 2022. "Administrasi Bisnis" 3.5 hal yang harus diperhatikan sebelum membuka online shop tanpa modal. 1 (1),35. Padang: Get Press.

<https://globaleksekutifteknologi.co.id/administrasi-bisnis/>

Sari, M. N. . (2022). The Application of Digital Marketing in the Covid-19 Era in the Indonesian Muslim Entrepreneur Association (IPEMI PC Kuranji) Padang City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 201–206. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1.410>

Sari, M. N., Rizal, M., & Purnomo, M. (2017). Business Performance of Women Entrepreneurs in Iwapi City Bandung. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*. Vol. 4, No. 11, (20-25) <https://www.ijmas.org/4-11/IJMAS-41106-2017-1.pdf>

Sari, M. N. (2023). Analisis Strategi Marketing Pada Bisnis Rumah Sakit Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Digital dan Entrepreneur (BISENTER)*, 1(1), 17-23

Sari, M., Angraini, N., Kahar, A., Septrizarty, R., & Maliha, D. (2023). Online Shop Trends For Women Entrepreneurs In Improving The Family Economy. *Journal on Education*, 5(3), 6829 -6836. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1467>