Vol 3 No. 5 Oktober 2026 P-ISSN : 3047-2806 E-ISSN : 3047-2075, Hal 221 – 226

JURNAL PADAMU NEGERI
Halaman Jurnal: https://journal.smartpublisher.id/index.php/jpn
Halaman UTAMA Jurnal : https://journal.smartpublisher.id/



OPEN ACCESS

DOI: https://doi.org/10.69714/f70dz897

MODEL PENDAMPINGAN PEMBUATAN KATALOG SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MAKE UP LOOK YESHA

Ita Purnama [a], Miftahul Tazqiah Aulia [b*], Nur Ayuningsih [c], Dea Ananda [d]
Ekonomi / Manajemen; purnamaita@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima; Jl. Wolter Monginsidi, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat.
Ekonomi / Manajemen; miftahultazqiah.stiebima22@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima; Jl. Wolter Monginsidi, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat.
Ekonomi / Manajemen; nurayuningsih.stiebima22@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima; Jl. Wolter Monginsidi, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat.
Ekonomi / Manajemen; deaananda.stiebima22@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima; Jl. Wolter Monginsidi, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat.
[*] Penulis Korespondensi: Miftahul Tazqiah Aulia

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the economy; however, many have yet to fully optimize digital technology for marketing purposes, including makeup service businesses in Bima City. The main problem faced by the business partner is the lack of structured promotional media and an attractive visual catalog, making it difficult for potential customers to select makeup services that suit their preferences. This community service program aims to enhance the competitiveness of Make Up Look Yesha through the development of a digital catalog and digital marketing education. The program was implemented in four stages: an initial assessment of the partner's situation, socialization on the importance of visual promotion, assistance in developing a digital catalog using the Milkshake application, and program evaluation. The results indicate that the mentoring program successfully facilitated the partner in providing a more structured, attractive, and informative digital service catalog. The catalog enables customers to better understand the available service packages, pricing information, and variations in the makeup looks offered. It can be concluded that the application of digital technology in developing this service catalog effectively enhances the business's professional image and strengthens the competitiveness of beauty service MSMEs in the digital era.

Keywords: *Digital catalog; Makeup; Digital marketing; Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs).*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, namun banyak yang belum mengoptimalkan teknologi digital untuk pemasaran, termasuk usaha jasa make up di Kota Bima. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum adanya media promosi yang terstruktur dan katalog visual yang menarik, sehingga calon konsumen kesulitan memilih jenis layanan make up yang sesuai. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu meningkatkan daya saing usaha Make Up Look Yesha melalui inovasi pembuatan katalog digital dan edukasi pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui empat tahapan, yaitu survei situasi mitra, sosialisasi pentingnya promosi visual, pendampingan pembuatan katalog digital menggunakan aplikasi Milkshake, serta tahap evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pendampingan telah berhasil memfasilitasi mitra dalam menyediakan katalog layanan digital yang lebih terstruktur, menarik, dan informatif. Katalog ini memudahkan pelanggan dalam memahami informasi paket harga serta variasi konsep tampilan riasan yang ditawarkan. Dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi digital dalam pembuatan katalog layanan ini efektif meningkatkan citra profesional usaha dan memperkuat daya saing UMKM jasa kecantikan di era digital.

Naskah Masuk 29 Mei 2026; Revisi 1 Juni 2026; Diterima 16 Oktober 2026; Terbit 30 Oktober 2026

Kata Kunci: Katalog digital; Make up; Pemasaran digital; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Di era digital saat ini, perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar serta meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan media informasi digital. Penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam pemasaran yang diukur mampu membantu pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien. Digitalisasi juga memberikan kemudahan dalam proses promosi produk sehingga usaha dapat berkembang lebih optimal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pemasaran Digital , pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jaringan konsumen UMKM. Selain itu, perkembangan media sosial saat ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling efektif karena mampu menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan platform digital.

Namun, pada kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam menjalankan usahanya. Keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran digital, kurangnya keterampilan dalam membuat konten promosi, serta minimnya pemahaman tentang penggunaan media sosial menjadi tantangan utama bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis mereka. Kondisi tersebut menyebabkan pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Menurut penelitian [1], rendahnya kemampuan digital menjadi salah satu faktor penghambat transformasi digital pada sektor UMKM. Oleh karena itu, diperlukan adanya pendampingan dan pelatihan yang dapat membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan produk.

Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan tersebut adalah usaha jasa make up yang berada di Kota Bima. Usaha ini menyediakan berbagai layanan make up untuk acara wisuda, pernikahan, lamaran, pesta, dan kegiatan lainnya. Meskipun memiliki kemampuan dan kualitas make up yang baik, usaha ini masih mengalami kendala dalam memperluas jangkauan pasar karena belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana promosi. Selain itu, tampilan hasil make up yang dipromosikan masih kurang menarik dan belum memiliki katalog khusus yang dapat menampilkan variasi look make up kepada calon konsumen. Hal tersebut menyebabkan konsumen kesulitan memilih jenis make up yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kurangnya inovasi dalam penyajian katalog dan promosi visual juga membuat usaha jasa make up ini kurang dikenal secara luas oleh masyarakat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan pendampingan kepada pemilik usaha jasa make up berupa inovasi pembuatan katalog make up dan pelatihan pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha menampilkan hasil make up secara lebih menarik, profesional, dan mudah dipahami oleh calon konsumen. Katalog yang dibuat akan memuat berbagai jenis look make up sehingga pelanggan dapat melihat pilihan layanan yang tersedia sebelum melakukan pemesanan. Selain itu, pelaku usaha juga memberikan pemahaman mengenai cara mengambil foto produk yang menarik, membuat konten promosi, serta memanfaatkan fitur media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen. Penelitian oleh [4] menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan kemampuan promosi dan daya saing UMKM secara signifikan.

Melalui kegiatan pendampingan ini, diharapkan usaha jasa make up dapat meningkatkan jumlah konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran di Kota dan Kabupaten Bima. Selain itu, pemilik usaha diharapkan mampu memahami strategi pemasaran digital yang efektif sehingga dapat membangun brand awareness dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Penggunaan katalog make up yang inovatif juga diharapkan dapat membantu calon pelanggan lebih mudah menentukan pilihan layanan sesuai kebutuhan mereka. Menurut penelitian [3], penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar secara efektif. Sementara itu, penelitian [5] menyatakan bahwa konten visual yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan.

Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan usaha jasa make up tersebut dapat berkembang lebih baik serta mampu bersaing di era digital. Selain meningkatkan pendapatan pelaku usaha, kegiatan ini juga diharapkan

dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar melalui peningkatan aktivitas usaha dan peluang kerja. Penelitian [2] menunjukkan bahwa pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Oleh karena itu, digitalisasi dan inovasi pemasaran menjadi langkah penting yang perlu diterapkan oleh pelaku UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompleks.

2. METODE

Tahap pertama adalah tahap survei yang meliputi wawancara dan diskusi mendalam dengan pemilik usaha jasa make up. Kegiatan tahap pertama dilakukan di lokasi usaha Mekar Baru, Kelurahan Ule, Kota Bima untuk mengetahui secara langsung permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha. Permasalahan yang ditemukan yaitu belum tersedianya layanan katalog yang menarik dan terstruktur sebagai media promosi, sehingga informasi mengenai hasil make up, paket layanan, dan konsep look yang disediakan belum dapat tersampaikan secara maksimal kepada konsumen. Kondisi ini menyebabkan calon pelanggan kesulitan memperoleh gambaran yang jelas mengenai kualitas, variasi, dan keunggulan layanan yang ditawarkan, sehingga minat untuk menggunakan jasa juga berpotensi menurun. Selain itu, ketiadaan katalog yang informatif membuat proses promosi menjadi kurang efektif karena konsumen tidak memiliki referensi visual yang memadai untuk membandingkan pilihan make up sesuai kebutuhan acara, seperti wisuda, prewedding, maupun pernikahan. Oleh karena itu, diperlukan media katalog yang lebih menarik, rapi, dan mudah dipahami agar dapat membantu meningkatkan daya tarik layanan sekaligus memperkuat citra profesional usaha di mata konsumen.

Tahap kedua yaitu tahap sosialisasi mengenai pentingnya media promosi visual dan pemanfaatan katalog layanan dalam mendukung pemasaran usaha jasa make up. Pada tahap ini, pemilik usaha diberikan pemahaman mengenai pentingnya katalog sebagai sarana promosi yang mampu memberikan informasi secara jelas kepada konsumen mengenai hasil make up, jenis layanan, paket harga, serta konsep tampilan yang ditawarkan. Selain itu, dilakukan edukasi mengenai konsep desain katalog yang menarik, penyusunan informasi layanan yang rapi, serta pentingnya penggunaan visual yang estetik untuk meningkatkan minat pelanggan.

Tahap ketiga yaitu tahap pendampingan usaha jasa make up yang berfokus pada penyusunan katalog layanan make up yang menarik, rapi, dan informatif. Bentuk pendampingan yang diberikan berupa konsultasi penyusunan katalog layanan make up agar hasil make up, paket layanan, serta konsep tampilan yang ditawarkan dapat disampaikan dengan lebih jelas kepada konsumen. Kegiatan ini dimulai dari pengenalan jenis layanan dan paket make up yang tersedia, penyusunan struktur katalog, pemilihan konsep visual yang sesuai dengan identitas usaha, pelatihan dasar fotografi hasil make up, pembuatan deskripsi layanan yang singkat namun persuasif, hingga pendampingan desain katalog dalam bentuk digital maupun cetak. Selain itu, dilakukan juga pendampingan dalam penyusunan tata letak katalog agar lebih estetik, mudah dipahami, dan mampu memberikan kesan profesional kepada calon pelanggan.

Tahap keempat adalah tahap evaluasi yang bertujuan untuk mengukur efektivitas program pendampingan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan dengan melihat perubahan dalam proses promosi usaha, peningkatan ketertarikan konsumen terhadap katalog yang telah dibuat, serta kemudahan pelanggan dalam memahami jenis layanan yang ditawarkan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui sejauh mana katalog layanan mampu membantu pemilik usaha dalam memperkenalkan jasa make up secara lebih profesional dan meningkatkan minat pelanggan terhadap layanan yang tersedia.

Melalui kegiatan pendampingan ini diharapkan usaha jasa make up dapat memiliki media promosi yang lebih inovatif, profesional, dan mudah dipahami oleh konsumen. Katalog layanan yang menarik diharapkan mampu membantu calon pelanggan memperoleh gambaran yang jelas mengenai hasil make up, paket layanan, dan konsep look yang tersedia sehingga dapat meningkatkan kepercayaan serta minat pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut. Selain itu, keberadaan katalog yang tersusun dengan baik juga diharapkan dapat memperkuat citra profesional usaha dan membantu meningkatkan daya saing usaha jasa make up di tengah perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. aplikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan untuk membantu usaha jasa make up yang berlokasi di Mekar Baru, Kelurahan Ule, Kota Bima dalam meningkatkan kualitas media promosi usahanya. Usaha jasa make up ini dipilih karena memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang, namun masih mengalami kendala dalam penyampaian layanan informasi kepada konsumen.

Fokus utama program pengabdian ini adalah membantu pemilik usaha dalam menyediakan katalog layanan make up yang lebih menarik, rapi, dan informatif sebagai media promosi yang mampu menampilkan hasil make up, paket layanan, serta konsep tampilan yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan usaha jasa make up dapat memiliki media promosi yang lebih profesional sehingga mampu meningkatkan minat konsumen serta memperkuat citra usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin berkembang.

a. Tahap Survei

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha jasa make up, ditemukan bahwa proses promosi masih dilakukan secara sederhana dan belum didukung dengan layanan katalog yang terstruktur. Informasi mengenai hasil make up, paket layanan, dan konsep tampilan yang tersedia masih disampaikan secara manual melalui komunikasi langsung atau contoh foto yang tersimpan di perangkat pribadi. Kondisi tersebut menyebabkan calon pelanggan kesulitan memperoleh gambaran yang jelas mengenai kualitas layanan yang ditawarkan. Selain itu, kurangnya media promosi visual yang menarik membuat proses pemasaran menjadi kurang efektif dan kurang mampu menarik perhatian konsumen baru. Hasil survei ini menunjukkan bahwa usaha jasa make up memerlukan pendampingan dalam layanan penyusunan katalog yang lebih profesional agar informasi jasa dapat disampaikan dengan lebih jelas dan menarik kepada pelanggan.



Gambar 1. Survey Usaha Jasa Make up yesha

b. Tahap Sosialisasi

Pada tahap sosialisasi dilakukan edukasi kepada pemilik usaha mengenai pentingnya katalog layanan sebagai media promosi dalam usaha jasa make up. Metode sosialisasi dilakukan melalui penjelasan langsung menggunakan contoh katalog make up yang menarik dan mudah dipahami. Dalam kegiatan ini, pemilik usaha diberikan pemahaman mengenai fungsi katalog sebagai sarana untuk memperkenalkan hasil make up, jenis layanan, paket harga, serta konsep tampilan kepada calon pelanggan. Selain itu, dijelaskan pula pentingnya tampilan visual yang estetis dan profesional dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap jasa yang ditawarkan. Kegiatan sosialisasi ini membantu pemilik usaha memahami bahwa media promosi visual memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan meningkatkan citra profesional usaha.

c. Tahap Pendampingan

Pembuatan katalog Make Up Look Yesha di APK Milkshake berhasil dilakukan dengan baik sebagai bagian dari transformasi teknologi digital usaha tersebut.



Gambar 2 Pelatihan Pembuatan katalog



Gambar 3 Contoh Katalog Make Up Look Yesha

Tahap pendampingan dilakukan melalui konsultasi dan pelatihan penyusunan layanan katalog make up yang menarik, rapi, dan informatif berhasil dilakukan dengan baik. Pendampingan dimulai dari pengenalan jenis layanan dan paket make up yang tersedia, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan struktur katalog agar informasi layanan tersusun lebih jelas dan mudah dipahami oleh konsumen. Selain itu, dilakukan pemilihan konsep visual yang sesuai dengan identitas usaha agar katalog memiliki tampilan yang lebih menarik dan profesional.

Dalam kegiatan ini, pemilik usaha juga diberikan pelatihan dasar fotografi hasil make up agar foto yang digunakan dalam katalog terlihat lebih estetis dan berkualitas. Selanjutnya dilakukan pendampingan dalam pembuatan deskripsi layanan yang singkat namun persuasif sehingga mampu menarik perhatian pelanggan. Tahap akhir pendampingan yaitu proses desain katalog dalam bentuk digital maupun cetak dengan tampilan yang lebih modern, rapi, dan mudah dipahami. Dengan adanya pendampingan ini, usaha jasa make up diharapkan dapat memiliki media promosi yang lebih efektif dalam memperkenalkan layanan kepada masyarakat.

d. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan efektivitas pendampingan program yang telah diberikan kepada usaha jasa make up. Evaluasi dilakukan dengan melihat perubahan pada media promosi usaha setelah adanya katalog layanan yang baru. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk

mengetahui tingkat ketertarikan konsumen terhadap katalog yang telah dibuat, kemudahan pelanggan dalam memahami informasi layanan, serta peningkatan minat pelanggan terhadap jasa make up yang ditawarkan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa keberadaan katalog layanan yang lebih menarik dan terstruktur mampu membantu pemilik usaha dalam memperkenalkan layanan secara lebih profesional. Konsumen menjadi lebih mudah melihat pilihan make up sesuai kebutuhan acara seperti wisuda, prewedding, maupun pernikahan. Selain itu, tampilan katalog yang lebih estetis juga membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan usaha jasa make up tersebut. Namun demikian, tetap diperlukan konsistensi dalam memperbarui isi katalog dan meningkatkan kualitas visual promosi agar media pemasaran tetap menarik dan relevan dengan perkembangan tren make up saat ini.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa program pendampingan ini berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi usaha jasa Make Up Look Yesha di Kota Bima. Melalui transformasi digital berupa pembuatan katalog layanan digital yang menarik, rapi, dan informatif, pelaku usaha kini memiliki media promosi yang jauh lebih profesional. Keberadaan katalog tersebut berhasil mengatasi kendala komunikasi manual dengan memberikan referensi visual yang jelas mengenai hasil riasan, variasi konsep look, paket layanan, dan daftar harga kepada calon pelanggan. Secara keseluruhan, program ini telah meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha dalam hal strategi pemasaran dan dokumentasi visual, yang pada gilirannya memperkuat citra profesional serta daya saing usaha di era digital.

Saran

Untuk memastikan keberlanjutan manfaat dari program pendampingan yang telah dilaksanakan, pemilik usaha jasa Make Up Look Yesha disarankan untuk terus konsisten memperbarui isi katalog digitalnya secara berkala agar tetap relevan dengan perkembangan tren kecantikan saat ini. Selain itu, pelaku usaha diharapkan dapat mempraktikkan keterampilan dasar fotografi secara mandiri guna menghasilkan dokumentasi visual promosi yang estetik dan berkualitas tinggi secara berkelanjutan. Terakhir, optimalisasi fitur interaktif dan strategi konten di media sosial seperti Instagram dan Facebook perlu terus dikembangkan demi memperluas jangkauan pemasaran dan membangun interaksi yang lebih kuat dengan calon konsumen di Kota maupun Kabupaten Bima.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima atas dukungan penuh dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada pemilik usaha jasa Make Up Look Yesha di Mekar Baru, Kelurahan Ule, Kota Bima, yang telah bersedia menjadi mitra, meluangkan waktu, serta berpartisipasi aktif selama seluruh tahapan kegiatan dari survei hingga evaluasi terlaksana dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Wasan and Sariningsih, “Rendahnya kemampuan digital menjadi salah satu faktor penghambat transformasi digital pada sektor UMKM,” Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2021.
[2] Sari Purba, et al., “Pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah,” Jurnal Ekonomi Daerah, 2023.
[3] Putri and Riofita, “Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar secara efektif,” Jurnal Pemasaran Digital, 2023.
[4] Saraswati, et al., “Pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan kemampuan promosi dan daya saing UMKM secara signifikan,” Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2024.
[5] Sifa Ni, et al., “Konten visual yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan,” Jurnal Komunikasi Visual, 2024.