



Digitalisasi Layanan dan Pemasaran UMKM Berbasis Komunitas: Implementasi Solusi Inovatif di SM Studio

I Gusti Ayu Agung Mas Aristamy¹, Emmy Febriani Thalib², I Putu Hendika Permana³, I Putu Tangkas Aryadharmas⁴, I Gede Dwiro Gunawiartha⁵, Anak Agung Gede Angga Rahdiana⁶, Ni Putu Suci Meinarni⁷, Rizkita Ayu Mutiarani⁸

^{1,2,4,5,7} Informatics, Faculty of Informatics and Technology, Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Denpasar, Indonesia

^{3,6} Digital Business, Faculty of Digital Business and Creative Design, Institut Bisnis dan Teknologi (INSTIKI), Denpasar, Indonesia

⁸ Visual Design Communication, Faculty of Fine Arts and Design, Institut Seni Indonesia (ISI), Denpasar, Indonesia

Email: ¹agungmas.aristamy@instiki.ac.id, ²emmy_f@instiki.ac.id, ³hendika@instiki.ac.id,

⁴aryadharmatangkas@gmail.com, ⁵gugungunawiartha12@gmail.com,

⁶anggarahdiana.01@gmail.com, ⁷sucimeinarni@instiki.ac.id, ⁸rizkitaayu@isi-dps.ac.id.

Naskah Masuk Oktober 2025	Naskah Direvisi Januari 2026	Naskah Diterima Februari 2026
-------------------------------------	--	---

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) jasa Make Up Artist (MUA) melalui pengembangan aplikasi mobile dan strategi personal branding. Mitra kegiatan adalah SM Studio, sebuah komunitas MUA di Denpasar, Bali, yang masih menghadapi kendala dalam manajemen job, pemanfaatan media sosial, serta perlindungan aset digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tahapan sosialisasi, pelatihan literasi digital, pengembangan aplikasi booking berbasis Android dan pendampingan strategi branding melalui media sosial. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra dan target capaian program. Hasil yang diharapkan berupa tersedianya aplikasi mobile booking yang mendukung distribusi job secara transparan, meningkatnya literasi digital anggota, pengelolaan media sosial yang lebih terarah. Program ini diharapkan mampu memperkuat keberlanjutan usaha MUA berbasis komunitas, memberikan kontribusi pada pengembangan UMKM kreatif di Bali, serta menjadi model pemberdayaan UMKM jasa dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata Kunci : UMKM, Makeup Artist, digitalisasi, aplikasi mobile, personal branding

PENDAHULUAN

UMKM jasa kecantikan, khususnya penyedia layanan Make Up Artist (MUA), memiliki peran penting dalam mendukung industri kreatif dan ekonomi berbasis budaya di Bali (Wiguna et al., 2021). Salah satu pelaku usaha di bidang ini adalah SM Studio. SM Studio merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang penyediaan jasa tata rias atau Make Up Artist (MUA) yang berlokasi di Jalan Tukad Pancoran No. 2 Denpasar, Bali. Sejak berdiri tahun 2015 dan dikelola oleh Ibu Ni Luh Putu Ariestari Pradnyadewi sebagai owner dengan tagline "Choose Your Own Style", SM Studio tidak hanya melayani jasa rias langsung kepada pelanggan, tetapi juga menaungi para MUA profesional di bawah manajemenannya. Adapun anggota MUA yang tergabung di dalam SM Studio tersebar di beberapa wilayah Bali, di antaranya Klungkung,

Denpasar, dan Tabanan. Sementara untuk cakupan layanan, SM Studio melayani job merias di seluruh wilayah Bali. Sebagai penyedia jasa berbasis komunitas MUA, SM Studio memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha jasa rias profesional. Hal ini tidak terlepas dari tingginya kebutuhan masyarakat Bali terhadap layanan tata rias, baik untuk keperluan upacara adat, pernikahan, maupun event-event budaya dan modern lainnya (Utami et al., 2021; Widiyantari et al., 2025).

Berdasarkan hasil observasi, proses distribusi job di SM Studio masih bersifat manual, dilakukan melalui grup WhatsApp tanpa sistem terstruktur. Hal ini menyebabkan ketimpangan dalam pembagian pekerjaan antar anggota. Di sisi lain, pengelolaan media sosial SM Studio cenderung pasif, dengan frekuensi unggahan yang rendah, desain konten yang belum profesional, dan branding yang belum terbangun secara konsisten. Selain itu, usaha belum memiliki sistem digital untuk dokumentasi histori layanan atau mekanisme evaluasi pekerjaan anggota secara terstandarisasi.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa digitalisasi manajemen dan promosi merupakan kebutuhan mendesak bagi UMKM jasa seperti SM Studio. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi mampu meningkatkan efisiensi dan profesionalisme UMKM (Meinarni et al., 2020; Permana et al., 2021) serta bahwa pengelolaan media sosial yang strategis dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Ananda et al., 2024; Aristamy et al., 2023; Fitriani, 2021). Namun, pada kasus SM Studio, belum tersedia solusi berbasis teknologi yang secara khusus dirancang untuk menjawab permasalahan distribusi job dan branding secara terintegrasi dalam konteks layanan MUA berbasis komunitas.

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada ini bertujuan untuk mengembangkan aplikasi mobile booking berbasis Android yang dilengkapi dengan fitur manajemen job, portfolio digital, notifikasi real-time, dan dashboard admin. Selain itu, program ini juga memberikan pelatihan dan pendampingan dalam hal personal branding dan strategi pemasaran digital kepada anggota MUA. Upaya ini tidak hanya mendukung transformasi digital, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem industri jasa rias berbasis komunitas.

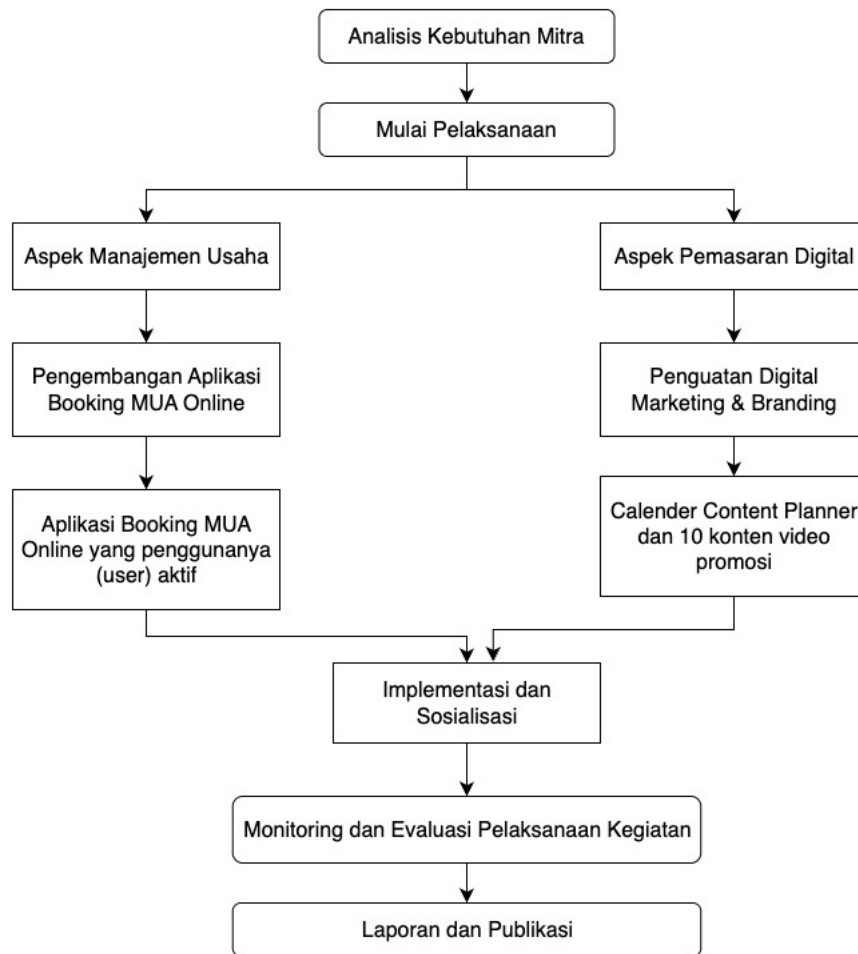
Kebaruan dari PKM ini terletak pada pendekatannya yang terintegrasi, menggabungkan solusi teknologi informasi dan pelatihan branding digital. PKM ini tidak hanya menghasilkan teknologi terapan, tetapi juga memperkuat aspek legalitas usaha dan meningkatkan kapasitas digital sumber daya manusianya. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan fungsional mitra, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekosistem digital UMKM jasa berbasis budaya lokal.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada SM Studio dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan. Kegiatan dilaksanakan secara sistematis mulai dari analisis kebutuhan, implementasi solusi sesuai bidang permasalahan, hingga monitoring dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan program.

[]

Diagram Alir PKM



Gambar 1. Diagram Alir PKM
[Sumber: pribadi]

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis partisipatif melalui skema PKM dengan fokus pada intervensi berbasis teknologi informasi dan penguatan kapasitas UMKM (Yulian et al., 2022). Fokus utama kegiatan adalah mendampingi mitra UMKM SM Studio, sebuah usaha penyedia jasa Make Up Artist (MUA) dalam peningkatan manajemen usaha, pemasaran digital melalui media berbasis aplikasi mobile. Fokus penelitian ini adalah bagaimana intervensi digital melalui pengembangan aplikasi mobile booking, pelatihan branding digital, dan pendampingan pengelolaan usaha dapat meningkatkan efisiensi dan profesionalisme mitra dalam mengelola layanan jasa rias.

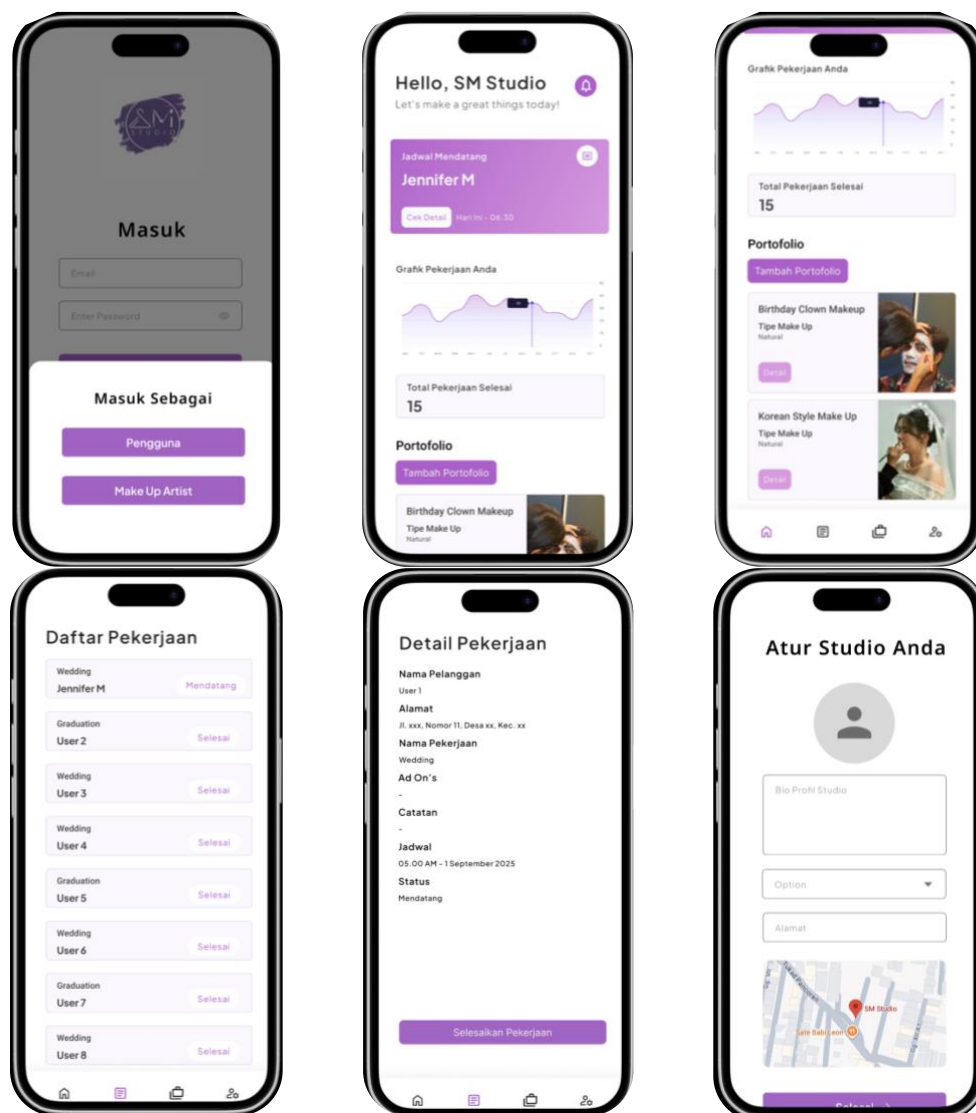
Responden utama dalam kegiatan ini adalah pemilik usaha SM Studio dan lima (5) orang anggota MUA yang aktif dalam operasional bisnis. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria:

- 1) Anggota aktif SM Studio
- 2) Memiliki pengalaman minimal 1 tahun sebagai MUA, dan
- 3) Bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan.

Data dikumpulkan melalui metode observasi langsung selama proses pelatihan dan penggunaan aplikasi, wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha dan anggota MUA untuk memahami kebutuhan dan persepsi terhadap solusi yang diberikan, dokumentasi berupa catatan hasil pelatihan, log aktivitas penggunaan aplikasi, dan konten media sosial yang diunggah selama dan pasca intervensi.

HASIL PENELITIAN

Pelaksanaan program PKM bersama mitra SM Studio telah menghasilkan beberapa temuan yang signifikan terkait penerapan teknologi digital dan strategi branding. Pertama, dari aspek manajemen usaha, tim berhasil mengembangkan aplikasi mobile “SM Studio Apps” yang dirancang sebagai platform internal untuk memudahkan proses pemesanan jasa Make Up Artist (MUA), distribusi job, serta manajemen layanan. Aplikasi ini dilengkapi dengan fitur dashboard, daftar pekerjaan, portfolio digital, hingga pengaturan profil MUA. Hasil pengembangan menunjukkan bahwa teknologi ini berpotensi meningkatkan efisiensi, transparansi, dan profesionalisme dalam pengelolaan job.



Gambar 2. User Interface Penyediaan Layanan MUA pada Mobile Apps
[Sumber: pribadi]

Kedua, dari aspek pemasaran digital, tim telah melaksanakan pendampingan pembuatan konten media sosial. Hasilnya, tersusun kalender konten dan tercipta 16 konten promosi yang berupa foto dan video yang dipublikasikan secara rutin.

SOCIAL MEDIA CONTENT CALENDAR For SM Studio Instagram & TikTok									
WEEK STARTING AND ENDING DATES				PREPARED BY					
31/08/2025 - 30/09/2025				Team PKM					
PLATFORM	DATE	TIME	ASSIGNED TO	STATUS	POST TOPIC	POST CATEGORY	VISUAL CATEGORY	LINK TO PUBLISHED POST	
INSTAGRAM	31/08/2025	16:00 PM	Team	DONE	Company Profile kampus INSTIKI	- Video gungklis - Video wanda - Compro kampus	3 video	1. video gungklis 2. video wanda 3. video compro kampus	
INSTAGRAM	07/09/2025	15:30 PM	Team	DONE	Metatah Keluarga Elodie	- video proses before after elodi - video all proses dari mulai datang prepare sampe hasil 1 keluarga - video proses before after mita	3 video	1. video before after elodi 2. video all proses 1 keluarga 3. video before after mita	
TIKTOK	07/09/2025	15:00 PM	Team	DONE	Metatah Keluarga Elodie	- video proses before after mita dan all proses dari mulai datang prepare sampe hasil 1 keluarga	1 video	1. video konten tiktok proses makeup elodie & fams	
INSTAGRAM	09/09/2025	17:00 PM	Team	DONE	Payas Agung BM Studio	- 2 postingan slide manual - 1 video slideshow untuk reels	2 photo 1 video	1. foto payas agung BM Studio 2. video payas agung BM Studio 3. foto payas agung BM Studio (2)	
INSTAGRAM	18/09/2025	16:00 PM	Team	DONE	Nikahan Thesa	- 2 postingan slide manual - 1 video before after make up wedding Thesa	2 photo 1 video	1. foto wedding Thesa 2. video reels before after make up Thesa 3. foto wedding Thesa (2)	
TIKTOK	18/09/2025	15:30 PM	Team	DONE	Red Dress Collection	- 1 video display dress merah koleksi SM Studio	1 video	1. video konten tiktok red dress collection	
INSTAGRAM	19/09/2025	16:00 PM	Team	DONE	Ujian Payas Agung	- 2 postingan slide manual - 1 video slideshow untuk reels	2 photo 1 video	1. foto payas agung 2. video reels ujian payas agung 3. foto payas agung (2)	
TIKTOK	20/09/2025	15:00 PM	Team	DONE	Black Dress Collection	- 1 video display dress hitam koleksi SM Studio	1 video	1. video konten tiktok black dress collection	
TIKTOK	21/09/2025	12:00 PM	Team	DONE	Black Dress Collection	- 1 video display dress hitam koleksi SM Studio	1 video	1. video konten tiktok black dress collection	
INSTAGRAM	21/09/2025	16:00 PM	Team	IN PROGRESS	Foto Kebaya, Modelnya: Diah Anom	- 1 slide foto - 1 video before after + proses - 1 video reels hasil yg kaya dearmua	2 video 1 photo	1. video reels before after 2. 3.	
INSTAGRAM	23/09/2025	17:00 PM	Team	NOT STARTED	Payas Modif (Dita & Sinyia) pake baju item, bawahan batik	- 2 postingan slide manual - 1 video slideshow untuk reels	2 photo 1 video		
INSTAGRAM	25/09/2025	11:30 AM	Team	NOT STARTED	Foto Diah Anom Dress	- 1 slide foto - 1 video yg bertiga pake dress - 1 video reels hasil ala dearmua	2 video 1 photo		
INSTAGRAM	27/09/2025	17:00 PM	Team	NOT STARTED	INSTIKI Wisuda & Yudisium	- Editan foto Tata before after - Editan video yudisium yang transisi jenis makeup dari hiphop, disney, bellywood - Editan video makeup before after MC: rian Perwani	2 video 1 photo		
INSTAGRAM	29/09/2025	11:30 AM	Team	NOT STARTED	Konten dyah anom dan putra payas modif	- 2 Editan foto slide - 1 Editan video before after make up			

Gambar 3. Calendar Content Planner Media Sosial SM Studio
[Sumber: pribadi]

Analisis awal menunjukkan adanya peningkatan engagement media sosial sebesar 1–46% dibandingkan baseline, menandakan efektivitas strategi konten yang diterapkan. Berdasarkan hasil analisis data *insight* Instagram SM Studio setelah dilakukan pengelolaan melalui program PKM, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada indikator jangkauan, interaksi, maupun jumlah pengikut:

1) Views dan Jangkauan

Dalam periode 30 hari (23 Agustus – 21 September), akun memperoleh 73.464 views, dengan 52,1 ribu di antaranya berasal dari iklan. Jumlah ini menunjukkan peningkatan sebesar 36,4% (+19.583) dibandingkan periode sebelumnya. Dari sisi jangkauan audiens, 70,2% merupakan followers dan 29,8% non-followers, yang menandakan bahwa konten sudah mulai menjangkau audiens baru di luar pengikut lama.

2) Interaksi (Interactions)

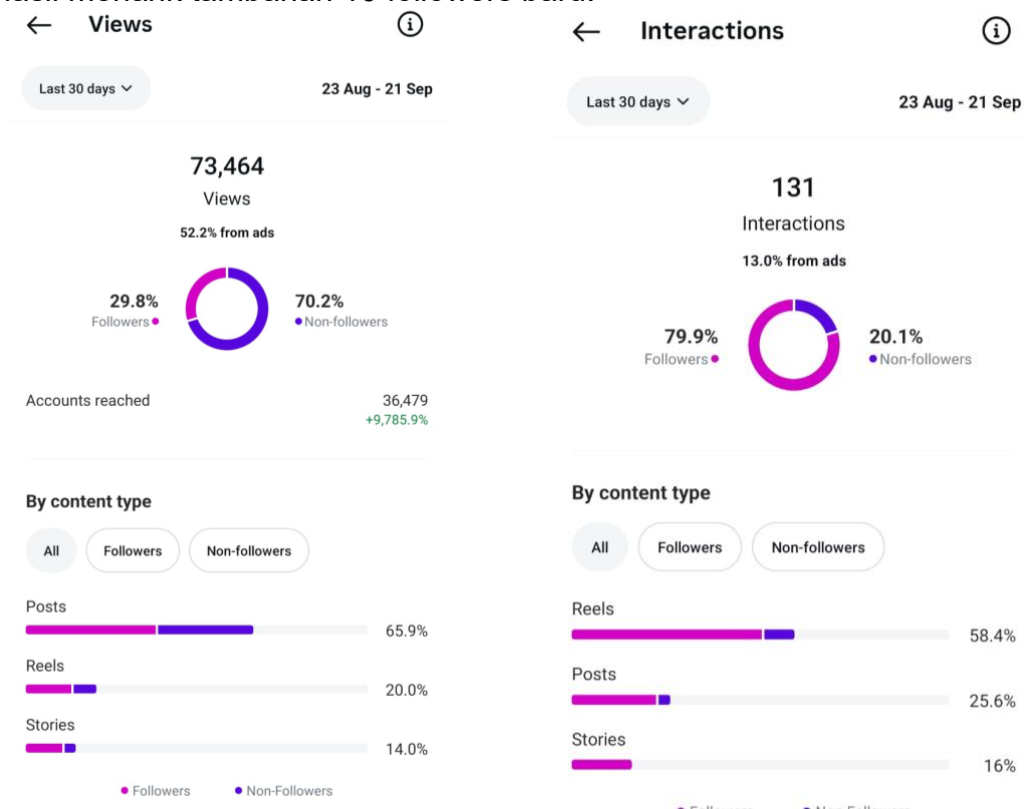
Jumlah interaksi meningkat menjadi 131 interaksi, naik lebih dari dua kali lipat dibandingkan periode sebelumnya (53 interaksi). Format konten reels mendominasi interaksi (58,4%), diikuti oleh posts (25,6%) dan stories (16%). Hal ini menunjukkan bahwa konten video singkat yang diproduksi konsisten memberikan engagement tertinggi.

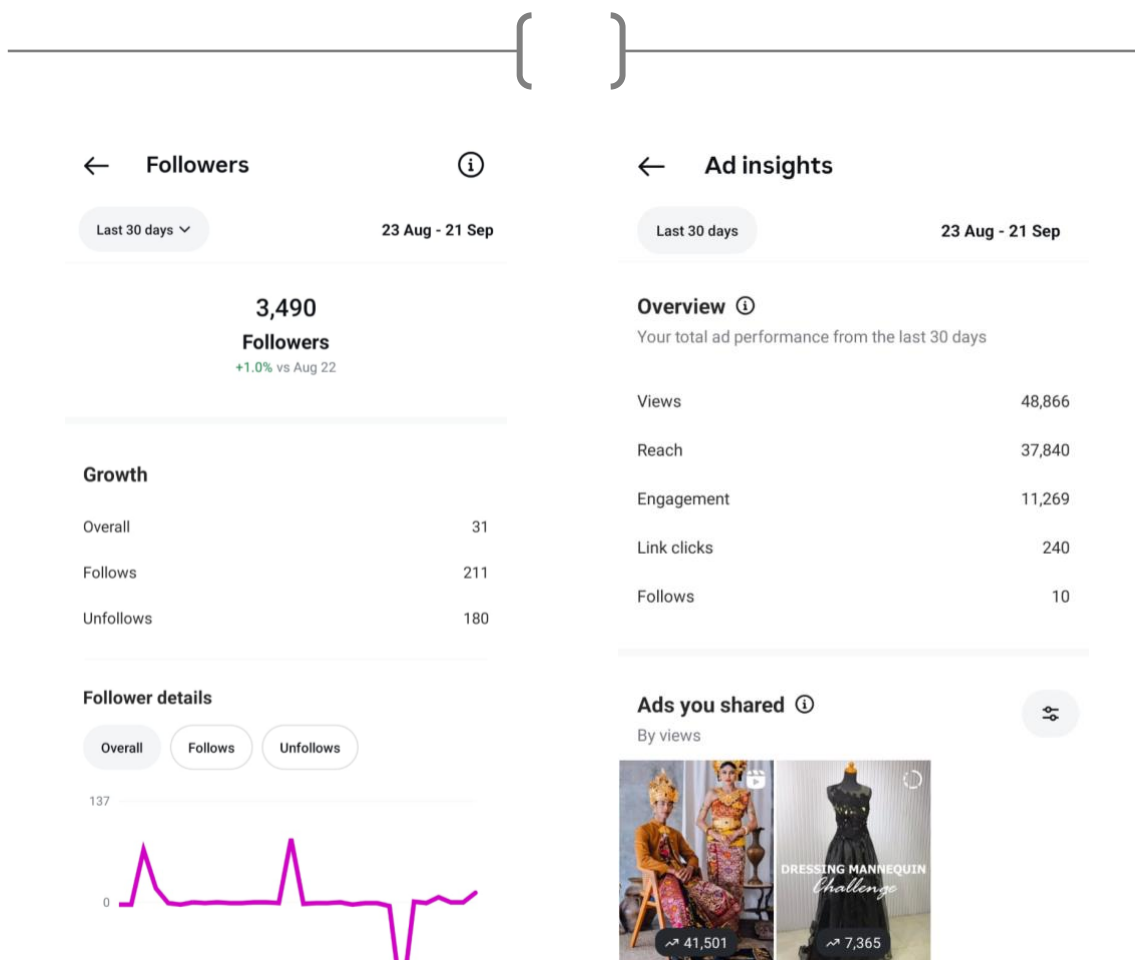
3) Followers

Jumlah pengikut akun juga bertambah menjadi 3.490 followers, atau naik +31 dari periode sebelumnya. Pertambahan ini berasal dari 211 akun baru, meskipun terdapat 180 akun yang berhenti mengikuti. Secara keseluruhan, tren pertumbuhan followers menjadi positif dibandingkan sebelumnya yang sempat mengalami penurunan bersih.

4) Ads Insights

Aktivitas iklan berbayar juga menunjukkan capaian yang baik, dengan 48.866 views, 33.372 reach, serta 11.269 engagement dari kampanye iklan yang dijalankan. Jumlah klik tautan (link clicks) tercatat sebanyak 240, dan iklan juga berhasil menarik tambahan 10 followers baru.





Gambar 4. Engagement Instagram SM Studio Setelah dikelola
[Sumber: pribadi]

IMPLIKASI PENELITIAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan aplikasi mobile *SM Studio Apps* dan pendampingan strategi pemasaran digital mampu memberikan dampak positif terhadap profesionalisme dan daya saing UMKM jasa Make Up Artist (MUA). Aplikasi yang dikembangkan telah menyediakan fitur manajemen job, dashboard, portofolio digital, serta pengaturan profil yang mendukung pengelolaan layanan secara lebih transparan dan efisien (Agusniar et al., 2025). Dari aspek pemasaran digital, adanya kalender konten dan produksi konten promosi yang konsisten berhasil meningkatkan engagement media sosial secara signifikan, sekaligus memperluas jangkauan audiens di luar pelanggan lama (Aristamy et al., 2023). Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM jasa tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat branding, kepercayaan pelanggan, dan keberlanjutan usaha berbasis komunitas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan pengujian lebih lanjut terkait adopsi aplikasi mobile oleh pengguna eksternal (pelanggan), pengukuran efektivitas strategi digital campaign dalam jangka panjang, serta eksplorasi model keberlanjutan bisnis berbasis aplikasi yang dapat direplikasi pada UMKM jasa serupa di sektor lain. Selain itu, kajian hukum yang lebih mendalam mengenai perlindungan aset digital UMKM juga diperlukan agar inovasi teknologi yang dikembangkan dapat memberikan manfaat optimal sekaligus aman secara legal.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersama mitra SM Studio berhasil menjawab permasalahan utama dalam aspek

manajemen usaha, pemasaran digital, dan perlindungan legalitas usaha. Melalui pengembangan aplikasi mobile *SM Studio Apps*, proses distribusi job dan pengelolaan layanan dapat diarahkan menuju sistem yang lebih profesional, terdokumentasi, dan efisien. Pendampingan branding digital melalui penyusunan kalender konten serta produksi konten promosi secara berkala terbukti meningkatkan engagement media sosial dan memperkuat citra profesional mitra di mata pelanggan. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas manajemen dan pemasaran SM Studio, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penguatan daya saing UMKM jasa kreatif berbasis teknologi digital.

REFERENSI

- Agusniar, C., Muslimah Siregar, K., & Rasyid, R. (2025). Sistem Booking Makeup Artist Berbasis Web Menggunakan Algoritma SHA-256. *JIP (Jurnal Informatika Polinema)*, 11(2), 185–193.
- Ananda, K., Arta, D. P., Basmantra, I. N., & Author, C. (2024). *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Strategi Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Branding, Engagement, dan Followers Perusahaan PT Bina Sarana Cipta Keywords: Social Media; Wood Packing Service; Content Management. History Article.*
- Aristamy, I. G. A. A. M., Meinarni, N. P. S., Pande, N. K. N. N., Winatha, K. R., & Waas, D. V. (2023). Optimalisasi Konten Kreatif Media Sosial bagi UMKM My Nails Diary. *Journal of Social Work and Empowerment*, 2(3). <https://ejournal.sidyanusa.org/index.php/joswae>
- Fitriani, Y. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PENYAJIAN KONTEN EDUKASI ATAU PEMBELAJARAN DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Meinarni, N. P. S., Iswara, I. B. A. I., Wijaya, I. N. S. W., & Willdahlia, A. G. (2020). *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Deepublish.
- Permana, I. P. H., Meinarni, N. P. S., Desnanjaya, I. G. M. N., Radhitya, M. L., & Winatha, K. R. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Bisnis UMKM* (I. K. Setiawan, Ed.). STMIK STIKOM INDONESIA. <https://stiki-indonesia.ac.id>
- Utami, C. I. S. P. D., Angendari, M. D., & Widiartini, N. K. (2021). Perkembangan Tata Rias Pengantin Bali Madya Gaya Badung. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12(2), 60–69. <https://doi.org/10.23887/jppkk.v11i3.32289>
- Widiyanti, D. R., Faidah, M., Dwiyantri, S., & Pritasari, O. K. (2025). PROFESIONALISME MAKE UP ARTIST PRIA DI SURABAYA. In *Jurnal Tata Rias* (Vol. 14, Issue 1).
- Wiguna, K. A. G., Parwita, W. G. S., Winatha, K. R., Meinarni, N. P. S., Mutiarani, R. A., & Aristamy, I. G. A. A. M. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMAKSIMALKAN PEMASARAN USAHA RIAS DAN SEWA BUSANA SM STUDIO BALI. *Journal of Social Work and Empowerment*, 1(1). <https://ejournal.catuspata.com/index.php/joswae>
- Yulian, J., Adi, S. A., & Rachmi, I. S. (2022). PENDEKATAN PARTISIPATIF DALAM PROGRAM BAHARI SEMBILANG MANDIRI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN INISIATIF LOKAL. *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian*, 1(7). <https://doi.org/10.36418/locus.v1i7.168>