

# PKM PENINGKATAN KEMAMPUAN MERIAS DAN MANAJEMEN USAHA WO WIWIK PENGANTIN

Lily Karlina Nst<sup>1</sup>, Ika Sari Dewi<sup>2</sup>,  
Mayang Murni<sup>3\*</sup>, Moch. Iswan  
Peranginangin<sup>4</sup>

<sup>1,3</sup>Akuntansi, Politeknik LP3I Medan

<sup>2</sup>Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I  
Medan

<sup>4</sup>Manajemen Informatika, STMIK  
Triguna Dharma

## Article history

Received : 7 November 2020

Revised : 10 November 2020

Accepted : 4 Desember 2020

## \*Corresponding author

Mayang Murni

Email : mayang.ashari@gmail.com

## Abstrak

WO Wiwik Pengantin merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa perencanaan pernikahan yang menawarkan jasa tata rias, busana, aksesoris, dekorasi, catering, video dan foto pernikahan. Dalam menjalankan usahanya banyak kendala dan permasalahan yang mengikutinya diantaranya kurangnya kemampuan merias pengantin yang sesuai dengan perkembangan zaman, penggunaan bauran pemasaran yang masih menggunakan cara tradisional (*word of mouth marketing*), kurangnya variasi produk dan jasa yang ditawarkan, serta pengelolaan manajemen keuangan yang masih sederhana. Metode kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam beberapa tahap yakni ; (1) pelatihan kemampuan merias (2) pelatihan manajemen keuangan (3) pelatihan penggunaan website sebagai media promosi, (4) pemberian alat dan bahan sebagai stimulant, dan (5) pendampingan dalam setiap prosesnya. Pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif kepada usaha jasa rias pengantin mbak wiwik diantaranya meningkatnya kemampuan dan keterampilan merias, meningkatnya pemahaman dan pengetahuan penentuan harga jual yang tepat, dapat memperluas jaringan pemasaran dengan penggunaan website, meningkatnya kualitas dan kuantitas produk serta jasa.

Kata Kunci: *wedding organizer*, kemampuan merias, manajemen usaha

## Abstract

WO Wiwik Pengantin is a wedding planning business that offers makeup, clothing, accessories, decoration, catering, video, and wedding photo services. There are some difficulties experienced by Mbak Wiwik wedding organizer in doing her business as follow: Lack of wedding makeup skills in line with the latest times, The usage of traditional marketing mix strategy (*word of mouth marketing*), The lack of variety of products and services offered, Simple financial management. This service activity method is carried out in several stages, as follow; (1) training on makeup skills (2) financial management training (3) training on the use of websites as promotional media, (4) providing tools and materials as stimulants, and (5) assistance in each process. Training and mentoring have positively impacted Mbak Wiwik's wedding organizer business, including the increased makeup skills and abilities, the grown of knowledge in determining the right selling price, expanding the marketing network by using the website, improving the quality and quantity of products and services.

Keywords: *wedding organizer*, *make up skill*, *business management*

Copyright © 2021 Lily Karlina Nst, Ika Sari Dewi, Mayang Murni, Moch. Iswan Peranginangin.

## PENDAHULUAN

*Wedding Organizer* merupakan perusahaan yang secara umum menawarkan jasa tata rias, busana, aksesoris, dekorasi, catering, video dan foto yang dibentuk dalam paket pernikahan. Paket pernikahan dalam *Wedding Organizer* memiliki tingkatan biaya yang berkisar dari rendah, sedang sampai tinggi terlihat dari kebutuhan pernikahan yang akan digunakan, antara lain: 1) Konsep tata rias pengantin, 2) Jumlah orang yang akan dirias, 3) Kepemilikan busana dan lain sebagainya (Hidayah & Maspiyah, 2014). Namun, menggunakan jasa *wedding organizer* tidak membuat konsumen serta merta tenang menggunakan jasanya, banyak kendala dan permasalahan yang mengikuti usaha jasa *wedding organizer* ini. Beberapa diantaranya yakni kurang updatenya informasi adat pernikahan, kesalahan dalam pemilihan vendor kerjasama, citra *wedding organizer* yang mahal, banyaknya kasus penipuan berkedok *wedding organizer* dan kurang bisanya membaur ke

masyarakat (Wikusdiyanti *et al.*, 2019). Hal ini menjadikan konsumen lebih selektif dalam memilih jasa *wedding organizer* yang terpercaya.

Dalam upaya eksistensi menghadapi persaingan usaha jasa *wedding organizer* dan mengambil serta meningkatkan kepercayaan masyarakat, pelaku usaha tidak hanya bisa diam pada zona amannya saja, terlebih usaha ini selalu berkembang mengikuti perubahan zaman. Oleh karenanya banyak faktor yang harus dikembangkan serta diperbaiki dalam perjalanan usahanya. Terlebih lagi kebanyakan dari usaha tersebut dijalankan hanya dengan mengandalkan insting dan pengalaman pribadi atau referensi dari teman, saudara atau pun keluarga yang telah lebih dahulu terjun di usaha ini. Aspek-aspek manajemen usaha yang meliputi perencanaan usaha, pengorganisasian, implementasi, dan pengendalian usaha jarang menjadi perhatian para pelaku usaha. Demikian pula dengan aspek-aspek manajemen keuangan yang sebenarnya sangat penting dalam menghitung keuntungan usaha serta omset yang didapat juga luput dari perhatian para pelaku usaha. Padahal hal tersebut sangat penting dalam membangun dan mengembangkan usaha. Perhitungan laba sering dilakukan dengan sederhana tanpa melakukan perincian biaya secara menyeluruh. Misalnya usaha yang menggunakan bahan baku/bahan mentah dari lahan sendiri dan melibatkan anggota keluarga sendiri biasanya tidak dimasukkan kedalam komponen biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja dalam penghitungan biaya. Sehingga pengelolaan keuangan yang dilakukan para pelaku usaha masih belum tepat dan optimal (Hermawan & Damai, 2012).

Permasalahan yang tidak kalah pentingnya adalah manajemen pemasaran yang tepat sebagai usaha untuk mempromosikan jasa dan produk yang ditawarkan. Dengan manajemen pemasaran yang tepat maka akan meningkatkan pendapatan usaha. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan. Strategi yang perlu dilakukan tersebut adalah strategi dalam variasi produk, kualitas pelayanan, harga dan juga lokasi (Maharani *et al.*, 2017).

Usaha jasa rias pengantin yang digeluti oleh Juwita Mandasari dimulai pada tahun 1990 awalnya hanya menawarkan jasa rias (*make up*). Seiring dengan perkembangannya usaha mulai meluas dengan menangani segala keperluan pernikahan/*wedding organizer* mulai dari menangani sewa pelaminan, photo booth, photographer dan shooting video, hingga baju pengantin. Dalam menjalankan usahanya saudara Juwita dibantu oleh 8 orang, dengan 2 orang untuk menangani tata rias, 4 orang untuk pelaminan dan photobooth, dan 2 orang untuk photographer dan shooting video. Rata-rata pada umumnya saudara Juwita menangani event untuk jasanya sebanyak 3-4 event per bulannya. Untuk tarif jasa *wedding organizer* dan perlengkapan pernikahan pada usaha perias pengantin Mbak Wiwik ini dimulai dari Rp. 6.500.000 Sampai dengan Rp. 25.000.000 per event tergantung permintaan dan kesanggupan dari konsumennya. Laba bersih yang diterima oleh mitra sekitar Rp. 500.000 sampai dengan Rp. 5.000.000 per eventnya.

Berdasarkan observasi awal usaha yang dirintis oleh saudara Juwita Mandasari cukup berkembang. Namun seiring dengan persaingan yang semakin ketat pada usaha jasa rias pengantin, maka didapatkan beberapa permasalahan yang dialami oleh usaha perias pengantin Mbak Wiwik yaitu kurangnya keterampilan dalam tata rias dengan model dan gaya terbaru sesuai dengan perkembangan zaman. Jenis tata rias terkadang tidak sesuai dengan tema yang diusung pada pernikahan pengantin. Kurangnya keterampilan mitra dalam merias pengantin dengan gaya terbaru yang sesuai dengan perkembangan zaman menjadi salah satu faktor penghambat usaha yang didirikannya. Permasalahan lainnya adalah belum adanya tata kelola system manajemen usaha termasuk didalamnya manajemen keuangan yang baik yang berdampak pada penetapan harga jual atas jasa yang diberikan. Permasalahan selanjutnya adalah manajemen usaha berupa bauran pemasaran yang dilakukan masih sederhana yaitu dengan menggunakan cara *word of mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut). Usaha Perias Pengantin Mbak Wiwik belum menggunakan strategi bauran pemasaran dalam memasarkan jasa. Bauran pemasaran adalah perangkat

alat pemasaran praktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran (Kurniawan & Luthfi, 2015). Masalah-masalah dalam marketing mempunyai hubungan erat dengan produk (apa yang dijual). Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler & Lee, 2008). Masalah lainnya yakni minimnya variasi jasa yang ditawarkan. Variasi produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Efnita, 2017). Konsumen yang menggunakan jasa *wedding organizer* umumnya mereka yang tidak memiliki keleluasaan dalam proses persiapan pernikahan. Konsumen juga menginginkan acara pernikahan yang modern tetapi tidak meninggalkan adat istiadat dan budaya yang berlaku serta acara pernikahan yang mengikuti perkembangan zaman dengan perlengkapan dekorasi pernikahan dan baju pengantin yang terbaru dan lebih *update*. Usaha Perias Pengantin Mbak Wiwik masih menggunakan perlengkapan dekorasi yang sudah lama dan tidak sesuai dengan perkembangan zaman.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan harapan adanya peningkatan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan mitra di bidang tata rias, peningkatan kemampuan pengelolaan system manajemen usaha berupa manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran dengan memanfaatkan teknologi seperti media online dan menghasilkan peningkatan omzet, serta adanya peningkatan jumlah variasi produk.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 8 bulan pada bulan Januari 2020 s/d Agustus 2020, selanjutnya dilakukan pelaporan dan publikasi selama 2 bulan pada September dan Oktober 2020. Bahan yang disiapkan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi materi pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan kepada usaha perias pengantin mbak wiwik, sosialisasi kegiatan kepada mitra, bahan/alat terkait, dan dokumentasi kegiatan.

Bahan yang disiapkan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi materi pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan kepada usaha perias pengantin mbak wiwik, sosialisasi kegiatan kepada mitra, bahan/alat terkait, dan dokumentasi kegiatan. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu:

1. Pelatihan kemampuan merias pengantin  
Pelatihan kemampuan merias ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra dalam merias pengantin dan menghasilkan riasan yang sesuai dengan perkembangan zaman sesuai dengan permintaan pasar.
2. Pelatihan manajemen keuangan dan laporan keuangan sederhana  
Pelatihan manajemen keuangan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam penentuan harga jual sehingga mitra dapat menentukan harga jual yang tepat serta mampu membuat manajemen keuangan yang lebih terperinci yang dapat membantu mitra dalam menghitung keuntungan dan mengelola keuangan usahanya secara baik dan optimal. Pelatihan ini juga bertujuan agar usaha perias pengantin mbak wiwik mampu membuat paket promo untuk paket pernikahan, lamaran dan paket lainnya.
3. Pelatihan penggunaan website usaha perias pengantin mbak wiwik  
Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam penggunaan penggunaan website usaha perias pengantin mbak wiwik sebagai sarana pemasaran yang optimal. Melalui website tersebut mitra dapat memasarkan produknya tidak hanya terbatas untuk wilayah Medan saja tetapi juga dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia bahkan di seluruh dunia. Hal ini membuka kesempatan yang lebih luas bagi usaha perias pengantin mbak wiwik untuk dapat memperkenalkan usahanya yang tentu saja dapat meningkatkan keuntungan usahanya. Pemasaran dengan cara ini diperlukan untuk menjangkau konsumen yang berada diluar daerah dan meningkatkan jumlah konsumen (Widiawati & RS, 2019).

4. Pemberian stimulan bahan/alat

Stimulan yang diberikan berupa bahan/alat yang memadai untuk membantu proses pemasaran yang optimal seperti pembuatan website, brosur dan stand banner sebagai media promosi serta hibah alat dekorasi pernikahan, alat make up dan baju pengantin sebagai usaha peningkatan produk dan jasa yang ditawarkan sehingga terjadi peningkatan omzet

5. Pendampingan manajemen keuangan dan penggunaan website usaha perias pengantin mbak wiwik.

Kegiatan pendampingan manajemen keuangan berupa penentuan harga jual dan penggunaan website dilakukan untuk membantu mitra mengaplikasikan semua pelatihan yang sudah didapatkannya secara langsung.

Tahapan pelaksanaan program serta uraian tugas tim pelaksana dalam program kemitraan masyarakat diuraikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Program**

No	Tahapan Pelaksanaan Program	Uraian Tugas	Jadwal	Person In Charge
1	Temu dan Diskusi dengan Mitra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observasi Lokasi dan Temu mitra</li> <li>• Persetujuan menjadi mitra program kemitraan masyarakat</li> <li>• Diskusi permasalahan dan kekurangan yang dihadapi mitra</li> <li>• Diskusi solusi dan kebutuhan yang diperlukan untuk mitra</li> </ul>	Januari 2020	1. Lily Karlina Nasution 2. Ika Sari Dewi 3. Mayang Murni 4. Mochammad. Iswan Peranginangin
2	Sosialisasi Program dengan Mbak Wiwik Perias Pengantin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sosialisasi langkah kegiatan yang akan dilakukan</li> <li>• Sosialisasi program pelatihan yang akan diberikan</li> <li>• Sosialisasi perlengkapan dan peralatan yang akan diberikan</li> </ul>	Februari 2020	1. Lily Karlina Nasution 2. Ika Sari Dewi 3. Mayang Murni 4. Mochammad. Iswan Peranginangin
3	Penyelesaian masalah pertama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyuluhan secara privat</li> <li>• Evaluasi praktek produk.</li> <li>• Penyerahan set perlengkapan <i>make up</i> professional</li> </ul>	Maret 2020	1. Lily Karlina Nasution 2. Ika Sari Dewi
4	Penyelesaian permasalahan kedua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyusunan materi pelatihan</li> <li>• Pelatihan perhitungan dan penentuan harga jual</li> <li>• Waktu tatap muka 1x120 menit</li> <li>• Metode pelatihan adalah ceramah, Tanya jawab, diskusi dan praktek</li> </ul>	April 2020	Mayang Murni
5	Penyelesaian permasalahan ketiga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyerahan website mitra usaha Perias Pengantin Mbak Wiwik</li> <li>• pelatihan penggunaan website untuk masing-masing pelatihan adalah 1x120 menit.</li> <li>• Metode pembelajaran adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktek.</li> </ul>	Mei 2020	Mochammad. Iswan Peranginangin

6	Penyelesaian permasalahan keempat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinasi dan pemesanan perlengkapan dekorasi pernikahan dan baju pengantin</li> <li>• Penyerahan perlengkapan dekorasi pernikahan</li> <li>• Penyerahan baju pengantin</li> </ul>	Juni 2020	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lily Karlina Nasution</li> <li>2. Ika Sari Dewi</li> </ol>
7	Monitoring dan Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memastikan pelaksanaan program sesuai dengan target dan jadwal</li> <li>• Melakukan evaluasi atas keberlangsungan kegiatan</li> </ul>	Maret – Agustus 2020	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lily Karlina Nasution</li> <li>2. Ika Sari Dewi</li> <li>3. Mayang Murni</li> <li>4. Mochammad. Iswan Peranginangin</li> </ol>
8	Pelaporan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyusunan laporan</li> </ul>	Septem ber 2020	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lily Karlina Nasution</li> <li>2. Ika Sari Dewi</li> <li>3. Mayang Murni</li> <li>4. Mochammad. Iswan Peranginangin</li> </ol>

## HASIL PEMBAHASAN

Persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan diskusi dan koordinasi yang dilakukan antara tim pelaksana PKM dengan mitra UMKM. Diskusi dan koordinasi dilakukan untuk mengetahui kegiatan apa saja yang akan dilakukan dan capaian yang ingin dicapai oleh mitra UMKM serta menentukan prioritas kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam kegiatan ini ditentukan jadwal pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan terhadap mitra.

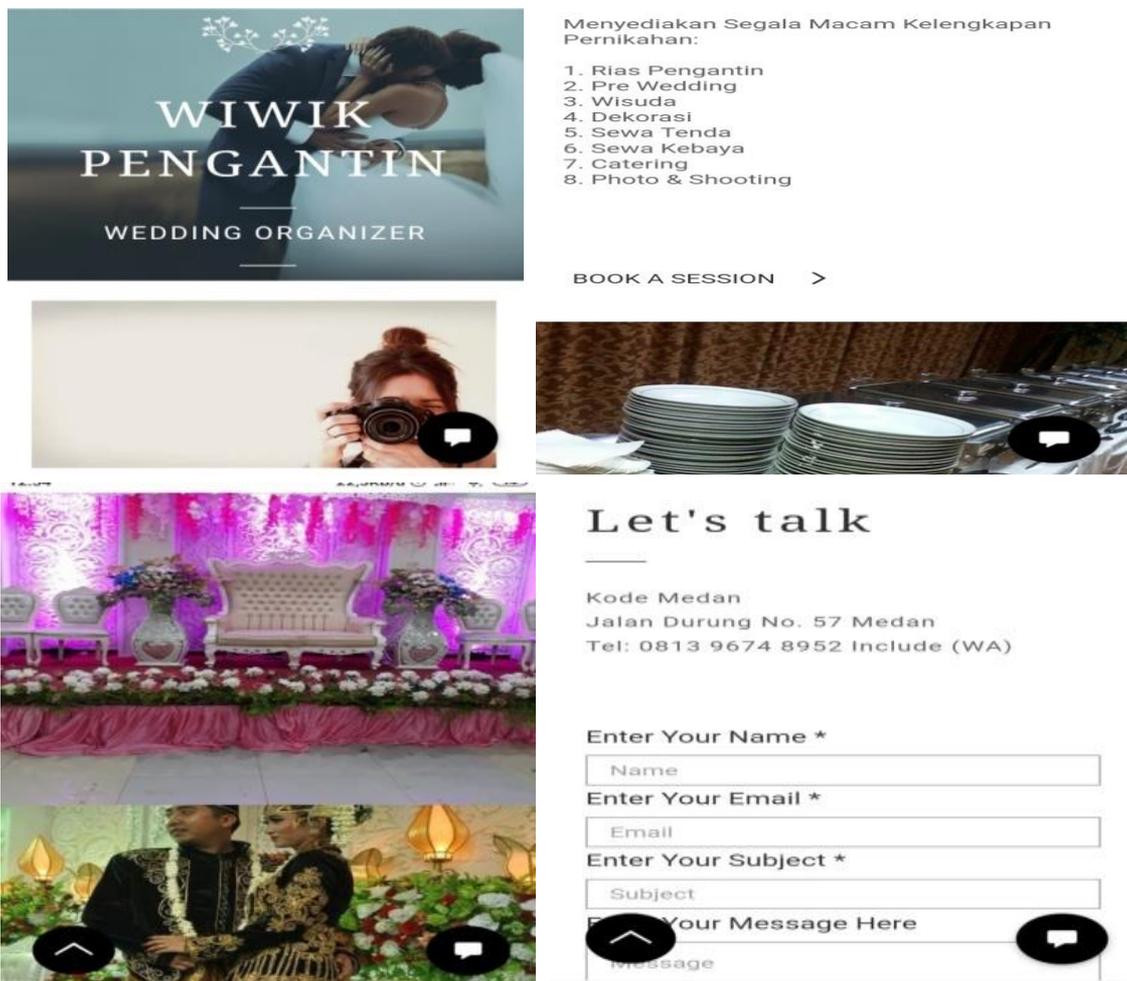
Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan identifikasi jenis dan isi materi pelatihan yang akan diberikan kepada mitra serta menentukan narasumber untuk pelatihan yang akan diberikan kepada mitra. Materi pelatihan terdiri dari: 1) Pelatihan makeup/merias pengantin oleh *makeup artist profesional*; 2) Pelatihan penentuan harga jual oleh Mayang Murni, S.Pd, M.Si; 3) Pelatihan penggunaan website usaha perias pengantin mbak wiwik oleh Mochammad Iswan Peranginangin, M.Kom. Selanjutnya dilakukan penyusunan materi pendampingan dan menyiapkan dokumen yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pendampingan seperti tutorial penggunaan website dan dokumentasi kegiatan.

Penyuluhan keterampilan tata rias pengantin diberikan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra dalam merias pengantin sesuai dengan perkembangan zaman sesuai dengan permintaan konsumen. Penyuluhan ini dalam bentuk live praktek webinar yang diadakan oleh Professional MUA – Irwan Riady. Irwan Riady Makeup artist ternama ini sudah berkecimpung dalam dunia rias wajah selama lebih dari 20 tahun dan sudah banyak menangani makeup untuk nama-nama besar (Rizky, 2015). Penyuluhan ini dilakukan dengan memanfaatkan live praktek webinar dikarenakan pandemic COVID-19 yang diharuskan untuk meminimalisir kontak langsung. Penyuluhan ini dapat meningkatkan keterampilan mitra dalam merias pengantin dengan baik dan lebih bervariasi.

Pelatihan manajemen keuangan diberikan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mitra dalam menentukan harga pokok penjualan yang tepat dan efektif. Pelatihan perhitungan harga pokok produksi dan penjualan dilakukan dengan menggunakan metode full costing agar mendapatkan harga jual yang tepat dan omzet usaha meningkat. Pelatihan ini juga bertujuan agar usaha perias pengantin mbak wiwik mampu membuat paket promo untuk paket pernikahan, lamaran dan paket lainnya. Dan akhirnya mitra dapat memberikan harga yang kompetitif dalam mengatasi persaingan sebagai salah satu strategi bisnisnya (Mubarok, 2019).

Selain itu untuk perluasan jangkauan pemasaran atau promosi pemasaran produk yang sebelumnya masih dilakukan secara *word of mouth marketing and direct sales* maka solusi yang diberikan adalah dengan

membuat website usaha perias pengantin mbak wiwik agar mitra dapat menjangkau pasar dan konsumen yang lebih luas lagi. Hal ini dilakukan untuk memudahkan mitra dalam melakukan pemasaran terhadap produk dan jasa yang ditawarkannya. Hasil foto yang di dapat dari photographernya selama ini tinggal dimasukkan kedalam website pemasaran. Oleh karenanya fokus pelatihan ada pada penggunaan website pemasaran dengan tujuan meningkatkan penjualan dan jumlah konsumen serta sebagai media promosi yang meluas. Pemasaran dengan cara seperti ini terbukti menghasilkan penjualan yang meningkat, meningkatnya jumlah konsumen, jaringan promosi yang semakin luas serta berkurangnya penggunaan dana pemasaran (Fatmawati *et al.*, 2019). Dalam pelaksanaan dilapangannya, website ini dikelola oleh anak mbak wiwik yang masih berusia 30 tahunan yang familiar dengan teknologi serta memiliki perangkat yang dibutuhkan dalam mengelola website pemasaran ini.



Gambar 1. Website usaha perias pengantin mbak wiwik

Pemberian stimulan bahan/alat bertujuan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dan menambah variasi produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan omzet mitra. Adapun bahan/alat yang diberikan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dan variasi produk dan jasa yang ditawarkan diantaranya adalah, website, brosur, stand banner, dekorasi pernikahan, baju pengantin, dan penambahan alat makeup.



**Gambar 2. Penyerahan Hibah (a) Dekorasi, (b) Set Alat Make Up, (c) Stand Banner**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diperoleh beberapa peningkatan yang diperoleh mitra yakni :

**Tabel 2. Peningkatan Mitra**

Jenis Peningkatan	Sebelum	Setelah	Peningkatan
Omset Rata-Rata	Rp 75.000.000	Rp 77.350.000	1,53%
Keuntungan	Rp 23.000.000	Rp 24.500.000	3,15%
Pengetahuan	Pengetahuan mengenai pemasaran hanya secara tradisional	Mampu memasarkan produk dengan menggunakan bauran pemasaran yang sesuai melalui penggunaan website sehingga mampu menjangkau konsumen lebih luas lagi	
Keterampilan	Hanya memiliki kemampuan dan pengetahuan merias beberapa adat tradisional seperti jawa, padang, mandailing, aceh, karo	Terampil merias dengan berbagai jenis adat istiadat dan menyesuaikan dengan wajah konsumen	
Manajemen	Manajemen keuangan penetapan harga hanya menyesuaikan dengan pasaran	Mampu menentukan harga jual yang sesuai dalam kondisi biasa maupun pandemi	

Dalam kondisi Pandemic Covid-19 ini, mitra tetap mengalami peningkatan omzet dan keuntungan walaupun tidak signifikan. Hal ini menjadi kondisi yang baik bagi mitra dimana dapat tetap bertahan bahkan mengalami peningkatan dimana pesaingnya banyak mengalami kerugian bahkan gulung tikar.

Pendampingan dilaksanakan agar mitra memiliki kesempatan yang lebih banyak untuk mempelajari dan mempraktikkan materi pelatihan yang sudah diberikan. Selama pendampingan juga diberikan contoh-contoh penerapannya dalam usaha yang sedang dijalankan. Selain itu mitra dapat berdiskusi langsung dengan tim pelaksana pengabdian jika menemui kesulitan dalam penggunaannya.

Setelah kegiatan pendampingan selesai maka kegiatan selanjutnya adalah monitoring dan evaluasi untuk melihat besarnya capaian yang dicapai. Hasil monitoring dan evaluasi kegiatan ini kepada mitra diketahui bahwa kendala terbesar yang dihadapi saat pelaksanaan program hingga saat ini adalah kondisi pandemic COVID-19 yang sedang melanda. Didalam masa pandemi COVID-19, menjadi faktor yang sangat

menghambat untuk proses interaksi dan evaluasi dikarenakan banyaknya protocol kesehatan yang harus diterapkan didalam setiap kegiatan yang cenderung lebih kepada kontak fisik (Mahendra, 2020).

Kondisi ini banyak memberikan batasan pada masyarakat dalam melaksanakan kegiatan dan berinteraksi. Pada umumnya kondisi saat ini melemahkan sendi-sendi setiap usaha, namun berkat jaringan pemasaran yang menggunakan media website membuat usaha jasa WO mbak wiwik tetap bertahan. Meskipun permintaan pelanggan disekitar Kota Medan mengalami penurunan drastis, mitra tetap mendapatkan pelanggan dari luar kota seperti Berastagi, Kab. Karo, Pagar Merbau, Tebing Tinggi, Binjai, Langkat dan daerah sekitarnya. Walaupun pada awalnya mitra mengalami kesulitan karena tidak terbiasa menggunakan website penjualan ini, tetapi dengan adanya pendampingan pasca pelatihan mitra menjadi lebih terbiasa dalam menggunakan aplikasi website. Selanjutnya dengan bertambahnya set dekorasi pernikahan dan set baju pengantin hasil dari penyerahan hibah barang stimulan, mitra dapat menerima pelanggan yang sebelumnya tidak mampu diterimanya, sebagai contoh set baju pengantin adat Padang selama ini yang dimiliki hanya yang tradisional dengan mahkota suntiang padang yang lama, saat ini memiliki set baju adat Padang yang mengikuti tren yakni dengan menggunakan penutup kepala seperti hijab yang berhiaskan manic-manik dengan ciri khas Padang kental. Selanjutnya dalam masa pandemic seperti ini, mitra harus pandai mensiasati agar mampu bertahan caranya dengan memberikan harga terjangkau bagi konsumen namun tidak terlihat murahan tetap memperhitungkan harga jual yang sesuai tanpa mengurangi keindahan dekorasi, riasan maupun baju. Mitra mampu menentukan harga jual yang sesuai untuk kondisi saat ini. Hal lain yang dilakukan mitra dalam pengelolaan usahanya agar tetap bertahan yakni dengan memberikan jasa sewa peralatan maupun set baju pengantin, walaupun tidak menggunakan jasa rias pengantin.

## KESIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada usaha perias pengantin mbak wiwik telah memberikan dampak positif bagi pengembangan usahanya, antara lain yakni melalui kegiatan penyuluhan peningkatan kemampuan dan keterampilan mitra dalam merias pengantin, penentuan harga jual yang tepat, jaringan pemasaran yang meluas hingga hasil akhirnya menaikinya jumlah omzet setelah dilaksanakannya program pelatihan kepada masyarakat ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH (BILA PERLU)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kemristek-Dikti yang telah memberi kesempatan serta dukungan financial terhadap pengabdian ini. (No Kontrak;001/KP/LPPM/PLM/IV/2020))
2. Direktur dan LPPM Politeknik LP3I Medan yang memberikan dukungan dan sarana dalam pelaksanaan pengabdian ini
3. Narasumber dalam pelaksanaan pengabdian ini, dan
4. Juwita Mandasari (WO Wiwik) sebagai mitra dalam pelaksanaan pengabdian.

## PUSTAKA

- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur*, 2(2), 107–115.  
<https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13162>
- Fatmawati, Khan, M. ., Azizah, M., Windarto, & Ullah, S. (2019). A fractional model for the dynamics of competition between commercial and rural banks in Indonesia. *Chaos, Solitons and Fractals*, 122, 32–46.  
<https://doi.org/10.1016/j.chaos.2019.02.009>
- Hermawan, H., & Damai, D. C. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KOTA MADIUN. *Ekomaks*, 1(2), 29–38.

[http://www.unmermadiun.ac.id/repository\\_jurnal\\_penelitian/Jurnal\\_Ekomaks/Jurnal\\_Ekomaks\\_2012/September/03\\_Hery\\_Hermawan\\_hal\\_29-38.pdf](http://www.unmermadiun.ac.id/repository_jurnal_penelitian/Jurnal_Ekomaks/Jurnal_Ekomaks_2012/September/03_Hery_Hermawan_hal_29-38.pdf)

Hidayah, N., & Maspiyah. (2014). PENERAPAN FUNGSI MANAJEMEN PADA DIVISI RIAS UNTUK PELAYANAN JASA PENGANTIN DI ADJI WEDDING GALLERY. *Jurnal Tata Rias*, 03(1), 8–16.

Kotler, P., & Lee, N. R. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good* (3rd ed.). Sage Publications.

Kurniawan, & Luthfi. (2015). Proses City Branding Yogyakarta (Studi Kualitatif Pada Merek “Jogja Istimewa”). *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*, 3(3).

Maharani, S., Sukowati, F., & Ulfiana, E. (2017). Pengaruh Kombinasi Pijat Bayi Dengan Musik Klasik Mozart Terhadap Berat Badan Dan Kualitas Tidur Bayi Usia 3-6 Bulan. *Jurnal Kebidanan*, 6(13), 57–63.  
<https://doi.org/10.31983/jkb.v6i13.2869>

Mahendra, A. (2020). PELAKSANAAN PEMBELAJARAN JARAK JAUH MASA PANDEMI COVID-19 : STUDI KASUS DI RA NURUL HUDA 01 SUMBEREJO KECAMATAN PABELAN TAHUN 2020 (p. 148). Institut Agama Islam Negeri Salatiga. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9816/1/skripsi>

Mubarok, A. H. (2019). *Strategi Nusantara Ojek (NUJEK) dalam bisnis berbasis Financial Technology* (p. 76). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Rizky. (2015). *Sentuhan Riasan Irwan Riady*. <http://thebridedept.com/personal-touch-of-irwan-riady/>

Widiawati, D., & RS, T. Y. (2019). Effect Of Budget Participation On Managerial Performance Mediated By Job Satisfaction And Organizational Commitment. *Journal of Business Studies*, 04(1), 54–66.

Wikusdiyanti, S., Hendro P, T., Sabrina, P. N., & Abdullah, S. (2019). Perancangan E-Commerce Wedding Organizer di Fairuz Islamic Wedding. *Prosiding Seminar Nasional “Peranan Civitas Akademika Dalam Revolusi Industri 4.0,”* 5–9.

**Format Sitasi :** Nasution, L.K., Dewi, I.S., Murni, M., Peranginangin, M.I. 2021. Pkm Peningkatan Kemampuan Merias Dan Manajemen Usaha Wo Wiwik Pengantin. *Reswara. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 2(1): 89-97  
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.940>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY NC SA). (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)