

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESUKSESAN MAKEUP ARTIST (MUA) HITS DI INDONESIA DALAM MENJALANKAN USAHA DI BIDANG JASA MAKEUP

Aninda Nur Safira

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
anindanursafira@gmail.com

Sri Dwiyanti¹ Dindy Sinta Megasari² Arita Puspitorini³

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
sridwiyanti@unesa.ac.id

Abstrak

Semakin menjamur usaha jasa *makeup* di Indonesia, membuat semakin banyak persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku di bidang usaha ini. Akibatnya, banyak *makeup artist (MUA)* pemula yang masih bingung apa saja yang harus diperhatikan atau dilakukan agar jasa *makeup* mereka dilirik oleh para klien dan tahan banting dalam menghadapi dunia bisnis *makeup* yang saingannya dimana-mana. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui faktor-faktor yang memberikan pengaruh bagi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup*. Metode penelitian yang dipakai ialah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilangsungkan melalui penggunaan observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup* antara lain: 1) *Makeup* merupakan *passion*-nya, 2) Memiliki ciri khas *makeup* tersendiri yang membedakan dengan *makeup MUA* lain, 3) Profesional dan totalitas, 4) Selalu asah *skill makeup* dan mencari pengalaman, 5) Selalu *update* perkembangan *trend makeup*, 6) Rajin *update* portofolio dan pintar mengatur strategi *e-marketing*, 7) Memiliki *attitude* yang baik, 8) Memiliki niat dan percaya diri, 9) Memiliki mental baja, sabar dan pantang menyerah, 10) Konsisten dan tetap rendah hati.

Kata Kunci: faktor, kesuksesan, *makeup artist*, usaha bidang jasa, usaha jasa *makeup*.

Abstract

The proliferation of makeup service businesses in Indonesia has resulted in more competition that must be faced by actors in this business field. As a results, many beginner makeup artist (MUA) are confused about what to do so that their makeup services are ogled by clients and are resilient in the face of the world of makeup business, which rivals everywhere. This study aims to determine the factors that influence the success of popular MUAs in Indonesia in running a business in the field of makeup service. The research method used is descriptive qualitative research. Data collection techniques were carried out using observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the factors that influence the success of the popular MUA in Indonesia in running a business in the field of makeup services include: 1) Makeup is their passion, 2) Has its own makeup characteristics that distinguish it from other MUA's makeup, 3) Professional and totality, 4) Always hone your makeup skills and seek experience, 5) Always update the development of makeup trends, 6) Diligently update portfolio and be smart in managing e-marketing strategies, 7) Have a good attitude, 8) Have intention and confidence, 9) Have a strong mentality, patient and unyielding, 10) Be consistent and stay humble.

Keywords: *factor, success, make up artists, services business, makeup service business.*

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan bisnis bertumbuh secara pesat. Satu diantara sejumlah bisnis di bidang jasa. Peningkatan bisnis di bidang jasa tidak bisa dilepaskan dari keperluan masyarakat untuk mencukupi keperluan hidupnya. Satu diantara banyak bisnis yang masyarakat minati akhir-akhir ini ialah bisnis di bidang jasa tata rias (*makeup*).

Menurut kusantati (2008:452), tata rias adalah seni menghias wajah yang tujuannya adalah mempercantik serta memperindah penampilan wajah. Dalam perkembangannya, rias wajah *modern* tidak saja

mempunyai tujuan untuk mempercantik penampilan, namun juga didasari pada beragam keperluan selaras pada kondisi serta situasi yang memerlukan tata rias itu. Diantara tujuan tata rias *modern* diantaranya mengoreksi sebuah kekurangan yang terdapat pada wajah, mengikuti mode maupun tren, mengekspresikan diri, bagi kebutuhahn khusus misalnya tata rias panggung serta karakter, sampai tujuan seni. Adanya perkembangan kebutuhan masyarakat untuk tampil cantik dan menarik sebagai tuntutan pekerjaan dan gaya hidup, menimbulkan peluang untuk membangun bisnis di bidang jasa tata rias.

Sehingga terciptalah satu profesi yang dinamakan penata rias (*makeup artist*) (Muthi'ah dkk, 2017:336).

Pada masa lampau, profesi *makeup artist* (*MUA*) atau penata rias masih sering dipandang sebelah mata. Profesi ini seringkali dikecilkan serta dinilai tidak bergengsi (Chairul Fikri, 2019). Namun, seiring berkembangnya dunia digital, saat ini mulai banyak bermunculan konten video tutorial *makeup* di Youtube maupun *social media* lain yang menimbulkan minat masyarakat untuk mulai menekuni karir di bidang jasa *makeup*. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari *Professional Makeup Artist* Iyank Zurya pada acara *Wedding Fashion Festival 2019* di Metro Indah Mall Bandung. Iyank Zurya menyatakan bahwa keberadaan sarana *digitallah* yang membuat seluruh orang tertarik di dunia *makeup*. Oleh sebab itu kompetensi *offline* atau *workshop makeup* saat ini banyak diminati, seperti di *Wedding Fashion Festival 2019* yang hadir hingga mencapai lebih dari 400 orang dan rata-rata masih muda (Dini Yustiani, 2019).

Masyarakat tampaknya saat ini mulai menyadari, selain karena kebutuhan tata rias yang akan terus berkembang dan tidak akan tergerus oleh zaman, bekerja menjadi *MUA* juga dapat menjadi perantara untuk menyalurkan hobi dan *passion* di dunia seni maupun kecantikan. Selain itu juga didukung dengan adanya kemudahan untuk menjadi *freelance MUA* yang antara lain yakni (1) Konsumen tidak memedulikan latar belakang pendidikan *MUA*; (2) Tidak sedikit *brand* kosmetik lokal yang memiliki harga murah serta mutu yang bagus sehingga mengurangi pengeluaran modal; (3) Tidak terdapat risiko didalam menyewa tempat usaha; (4) Kemudahan promosi lewat Instagram yang bebas biaya; (5) Kemudahan *update* wawasan *makeup* secara menonton tutorial di Youtube secara gratis (Mujiati dkk, 2020:213).

Di tahun 2016 sendiri, terhitung setidaknya terdapat 6.000 *MUA* yang menawarkan jasa *makeup* di Instagram (Survey oleh Hello Beauty dalam Iskandar, 2018). Kemudian di tahun 2021, saat ini tercatat lebih dari 10.000 penyedia layanan kecantikan termasuk jasa *makeup* di 35 kota di Indonesia (Hello Beauty, 2021).

Melihat antusiasme masyarakat yang saat ini berlomba-lomba untuk meniti karir sebagai *MUA*, menciptakan semakin menjamurnya usaha jasa *makeup* di Indonesia. Akibatnya, semakin banyak persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku di bidang usaha ini. Saat ini, *MUA* dituntut untuk dapat berpikir kreatif dan inovatif agar para konsumen tertarik untuk menggunakan jasanya sehingga usaha jasa miliknya dapat terus bertahan dan tidak kalah saing dengan *MUA* lainnya.

Namun, dalam membangun karir di bidang jasa *makeup*, banyak para *MUA* pemula yang bingung apa saja yang harus diperhatikan atau dilakukan agar jasa *makeup*

mereka dilirik oleh para konsumen dan tahan banting dalam menghadapi dunia bisnis *makeup* yang saingannya dimana-mana.

Berdasarkan penelitian Mujiati, dkk (2020:213) pada pengamatan terhadap 247 anggota pada grup Whatsapp *MUA*, didapatkan tidak sedikit keluhan yang *MUA* yang baru memulai usaha ungkapkan tentang sedikitnya job *makeup* yang diperoleh.

Untuk membangun sebuah usaha sendiri, terdapat beberapa faktor yang menjadi penentu dalam keberhasilan atau kesuksesan usaha tersebut. Berdasarkan hasil penelitian Sutyono dalam Nursalina (2018:18), yang menjadi faktor penentu keberhasilan usaha adalah inovasi dan perilaku ingin mengambil resiko.

Sedangkan pada hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sama, mengemukakan bahwa kesuksesan usaha dapat diraih melalui (1) kerja keras (pantang menyerah); (2) dedikasi; (3) komitmen terhadap pelayanan dan kualitas (profesional dan totalitas).

Kemudian faktor penentu keberhasilan usaha yang lain menurut penelitian Luch, diberikan pengaruh melalui kemampuan usaha yang digambarkan lewat (1) pengetahuan; (2) sikap (*attitude*); (3) keterampilan (*skill*) dari pengusaha.

Lalu menurut hasil penelitian Nursalina (2018), ditemukan bahwa faktor-faktor yang memberikan pengaruh bagi kesuksesan atau keberhasilan usaha diantaranya (1) minat berwirausaha (*passion*); (2) jaringan; (3) merek; (4) promosi.

Menilik dari hasil penelitian-penelitian terdahulu tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya sejumlah faktor yang memberikan pengaruh bagi keberhasilan atau kesuksesan sebuah usaha secara umum yaitu (1) pengetahuan; (2) sikap/*attitude*; (3) keterampilan/*skill*; (4) minat/*passion*; (5) inovasi; (6) kerja keras; (7) profesional dan totalitas dalam memberikan pelayanan maupun kualitas, (8) promosi.

Di era *modern* saat ini, dalam membangun usaha jasa *makeup* pun tidak hanya mengandalkan dari bagus atau tidaknya *makeup* yang dihasilkan, tetapi juga meliputi faktor-faktor lain, seperti; karakter, ciri khas dan juga bagaimana cara memperjualkan hasil *makeup* itu sendiri (*marketing*) (Mutia Wella, 2020).

Melalui latar belakang tersebut, peneliti akhirnya mendapat ide untuk melangsungkan penelitian mengenai sejumlah faktor yang memberikan pengaruh bagi keberhasilan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup*. Tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang memberikan pengaruh bagi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup*. Teknik pengumpulan data memakai observasi, wawancara serta dokumentasi dengan sumber data

diambil berdasarkan pengalaman pribadi 20 *MUA* hits di Indonesia yang dibagi dalam wawancara di berbagai media.

METODE

Didalam penelitian ini, peneliti memakai jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian tersebut dipakai dengan tujuan menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup*.

Menurut John W. Cresswell dalam Patilima (2010:3), penelitian kualitatif ialah proses penyelidikan guna memahami masalah sosial maupun masalah manusia sesuai dengan penciptaan gambar *holistic* yang dibentuk memakai kata-kata, melakukan pelaporan terhadap pandangan informasi secara mendetail serta disusun didalam suatu latar ilmiah.

Sedangkan deskriptif ialah sebuah metode didalam melakukan penelitian status kelompok manusia, sebuah objek, sebuah set situasi, sebuah sistem pemikiran ataupun sebuah kelas kejadian di masa sekarang. Didalamnya ada usaha menjabarkan, mencatat, menganalisa serta menginterpretasi situasi yang terjadi pada masa kini. Data yang dikumpulkan berupa gambar ataupun kata-kata, sehingga tidak menitikberatkan terhadap angka (Sugiyono, 2017:22).

Objek penelitian yang dianalisis dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup* dengan subjek penelitiannya yaitu 20 *MUA* hits di Indonesia yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

Tabel 1.

Kriteria Pemilihan Narasumber *MUA* Hits Indonesia dan Daftar *MUA* yang Memenuhi Kriteria Tersebut

No	Kriteria Pemilihan Narasumber <i>MUA</i> Hits Indonesia	Nama <i>MUA</i> & Akun Instagram yang memenuhi Kriteria
1	Jumlah <i>followers</i> instagram minimal 40.000	Barry Ritonga (@barry_ritonga); Dini Nurdiani (@dininurdianimua);
2	Pernah merias minimal 1 artis	Vanny Adelina (@vamakeupartist);
3	Pernah mengadakan <i>workshop</i> dengan <i>brand</i> kosmetik	Ryan Ogilvy (@ryanogilvy); Ayyun Azzuyyin (@ayyunazzuyyin); Ira Makeup Henna Aceh (@ira_makeup_henna_ac

	eh); Arsya Nafisa (@arsyanaf21); Bubah Alfian (@bubahalfian); Ifan Rivaldi (@ifanrivaldi); Dany Barca (@danybarca22); Fauzia Hanum (@fauziaahanum); Anpa Suha (@anpasuha_official); Dean (@dean_818); Li Jing (@lijingmakeup); Nanath Nadia (@nanathnadia); January Christy (@januarychristymakeup); Willy (@makeupbywilly); Arie Khayz (@arie_khayz); Iren Aldriana (@irenaldrina); Tika Kusnaedi (@tikakusnaedi).
--	---

(Sumber: diolah oleh peneliti)

Teknik pengumpulan data yang dipakai yakni observasi, wawancara dan dokumentasi dengan sumber data memakai sumber data primer serta sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini diambil berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 *MUA* hits di Indonesia yang sudah diberlakukan kriterianya dan sumber data sekunder diambil melalui studi kepustakaan, buku, majalah, koran, dan arsip tertulis yang berkaitan pada objek yang hendak diteliti didalam penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan analisis data penelitian kualitatif yang dilakukan melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian serta penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Untuk menjalankan usaha bisnis di bidang jasa *makeup* tentu tidak mudah. Terlebih di beberapa tahun terakhir ini dimana profesi *MUA* mulai diminati oleh para generasi milenial (Chairul Fikri, 2019). Banyaknya persaingan di mana-mana membuat *MUA* harus pintar-pintar memutar otak agar usaha jasa *makeup*nya dapat berjalan lancar. Namun, persaingan yang semakin ketat ini membuat banyak *MUA* pemula bingung bagaimana cara

membangun usaha jasa *makeup* agar banyak konsumen yang melirik dan ingin menggunakan usaha jasanya.

Berdasarkan kajian pustaka pada bab pendahuluan di atas dan dari hasil data wawancara terhadap 20 *MUA* hits di Indonesia, maka faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup* adalah sebagai berikut :

1. *Makeup* Merupakan *Passion*-nya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merieska (2017:13) menyebutkan bahwasanya dinamika *passion* mempunyai peran penting didalam ketiga rangkaian wilayah kegiatan kewirausahaan, yakni (1) penciptaan serta pengembangan produk, (2) pendirian usaha, (3) pengembangan usaha.

Passion adalah keinginan kuat terhadap kegiatan yang disenangi, yang mana mereka menyisihkan waktu serta tenaga yang dipunyai untuk kegiatan itu. Individu akan menjadi *passionate* terhadap suatu kegiatan serta internalisasi pada representasi kegiatan didalam aspek inti melalui diri seseorang yakni identitas seseorang (Vallerand and Houlford dalam Nurjannah, 2018:4).

Sejumlah besar kegiatan berpotensi untuk menjadi *harmonious passion* ataupun *obsessive passion*. Contohnya, sejumlah besar jenis pekerjaan mengikutsertakan paling tidak sejumlah unsur ketertarikan. Sejauh minat pada pekerjaan tidak berlangsung singkat, tetap kuat, serta pekerjaan itu dirasakan penting oleh individu, sehingga pekerjaan bisa berubah menjadi *passion* (Monica dan Prasetya, 2015:2).

Begitu pula yang dirasakan oleh *MUA* hits di Indonesia terhadap *makeup*. Mereka menganggap, *makeup* merupakan hal yang menyenangkan untuk dilakukan secara berulang kali dan memiliki keterikatan minat yang kuat dengan hal-hal berbau *makeup*.

Dalam acara “*The Makeup Show Va Makeup Artist*” yang diadakan pada 14 Maret 2020, Vanny Adelina, *MUA* asal Jakarta, menyatakan bahwa alasan merintis bisnis usaha di bidang jasa *makeup* pada awalnya karena *makeup* merupakan hobinya. Dan sesuatu yang dilakukan karena hobi akan memberikan rasa senang saat melakukannya.

Hal ini juga didukung dengan pernyataan dari Arsyaf Nafisa, *MUA* asal Jakarta, dalam videonya yang berjudul “Cerita Perjalanan Aku Sebagai *Makeup Artist* (awal mula, sekolah, suka duka dan saran)” yang diunggah di Youtube pada 23 Juli 2018, awal mula hingga memutuskan untuk terjun ke bidang usaha jasa *makeup* karena Arsyaf dari kecil sudah tertarik dengan dunia kecantikan. Arsyaf merasa tidak ada duka yang dirasakan selama menjadi *MUA* karena *makeup* merupakan hal yang benar-benar disukainya dan sudah menjadi *passion*-nya, sehingga proses selama menjadi *MUA* tidak terasa

menyulitkan karena dapat dijalankan dengan senang hati dan *enjoy*.

Pertula dalam M. Taufiq Amir (2012), melakukan perumusan 5 dimensi konstruk *passion*. Kelima dimensi itu ialah keterkaitan bermakna (*meaningfull connection*), dorongan internal (*internal drive*), larut dalam pekerjaan (*work ansorption*), rasa riang (*joy*), serta perasaan mempunyai energi (*subjective vitality*).

Menilik dari sejumlah pernyataan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya *passion* adalah hal penting dalam membangun sebuah usaha. Dengan membuka usaha berdasarkan *passion*, menjalankan usaha dapat lebih mudah dan terasa menyenangkan karena melakukan hal yang disukai.

2. Memiliki Ciri Khas *Makeup* Tersendiri yang Membedakan dengan *Makeup MUA* Lain

Menurut Mutia Wella (2020), dalam membangun usaha jasa *makeup* saat ini tidak hanya mengandalkan dari bagus atau tidaknya *makeup* yang dihasilkan, tetapi juga meliputi faktor lain salah satunya yaitu ciri khas.

Setiap *MUA* di Indonesia memiliki teknik dalam merias yang berbeda-beda. Adanya perbedaan teknik riasan ini akan menjadi pembeda antara hasil *makeup MUA* satu dengan *MUA* lainnya. Hal ini akhirnya menimbulkan *signature* yang menjadi ciri khas seorang *MUA* untuk karyanya mudah dikenal oleh masyarakat.

Ryan Ogilvy, *MUA* asal Jakarta, menyatakan bahwa seorang *MUA* harus memiliki identitas sendiri. *MUA* harus memahami arah *makeup*-nya ingin dihasilkan seperti apa (Wawancara oleh NOVA, 05 Maret 2019).

Menurut Iren Aldriana, *MUA* asal Bandung, untuk menemukan gaya atau karakter *makeup* hanya dapat diketahui oleh diri sendiri. Karakter masing-masing dapat dicari sendiri sebab yang mengetahui sejauh mana kemampuan dalam merias hanya diri sendiri. Caranya yaitu dengan selalu berlatih *makeup* dan membuat sesuatu yang baru yang tidak dimiliki oleh orang lain (Wawancara dalam event Hello Beauty, 4 Desember 2018).

Selain itu, untuk menemukan gaya *makeup* yang sesuai dengan karakter masing-masing, menurut Dini Nurdiani, *MUA* asal Jakarta, dapat dengan mencari tahu siapa *MUA* favorit masing-masing. Sehingga dapat memperkirakan gaya *makeup* seperti apa yang cocok dengan ciri-ciri masing-masing (Wawancara oleh Yeppeo Channel, 18 Juli 2019).

Melalui sejumlah pernyataan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya seorang *MUA* penting untuk memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan *MUA* lain. Dengan adanya perbedaan gaya atau ciri khas *makeup* antar sesama *MUA*, masyarakat menjadi lebih mudah mengenal dan menghafal hasil riasan *MUA*

dengan melihat gaya *makeup* tersebut tanpa melihat siapa nama *MUA* dibaliknya. Selain itu, agar nantinya klien dapat lebih mudah untuk memutuskan ingin menggunakan jasa layanan *makeup MUA* yang mana yang gaya *makeup*nya sesuai dengan selera klien tersebut. Hal tersebut selaras pada hasil penelitian yang dilangsungkan oleh Erfiana (2017:09) yang memperlihatkan bahwasanya ciri khas yang dimiliki suatu usaha memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.



Gambar 1. Ciri Khas Makeup Vanny Adelina Makeup Artist
(Sumber: instagram vamakeupartist, 2021)



Gambar 2. Ciri Khas Makeup Tika Kusnaedi
(Sumber: Instagram tikakusnaedi, 2021)



Gambar 3. Ciri Khas Makeup Fauzia Hanum
(Sumber: Instagram fauziaahanummakeup, 2021)

3. Profesional dan Totalitas

Berdasarkan hasil penelitian Murphy dalam Nursalina (2018:18), kesuksesan usaha dapat diraih salah satunya melalui komitmen terhadap pelayanan dan kualitas (profesional dan totalitas).

Menurut Siagian dalam Ikkal dkk (2019:19), profesionalisme ialah keandalan serta keahlian didalam menjalankan tugasnya sehingga terlaksana melalui kualitas yang tinggi, tepat waktu, cermat juga melalui tata cara yang gampang di pahami serta diikuti oleh pelanggan.

Sementara pengertian totalitas kerja menurut W. B. Schaufeli dan Bakker dalam Agustiana (2020:18), adalah suatu motivasi serta pusat pikiran positif yang berkaitan pada pekerjaan yang ditandai oleh dedikasi, keterlarutan serta semangat.

Melalui pendapat ahli tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya profesional serta totalitas kerja merupakan keandalan serta keahlian didalam melaksanakan tugas dengan motivasi serta pusat pikiran positif sehingga pekerjaan terlaksana dengan kualitas yang tinggi, waktu yang tepat, cermat, semangat serta dedikasi.

Dalam menjalankan suatu profesi, penting yang dinamakan profesional dan totalitas dalam bekerja. Begitu pula menjadi *MUA*. Pentingnya sikap profesional untuk dimiliki seorang *MUA* karena bekerja menjadi *MUA* akan selalu bertemu klien dengan berbagai macam karakter dan kondisi yang dapat mempengaruhi suasana hati *MUA* tersebut. Oleh karena itu, seorang *MUA* harus dapat menjaga *mood* dan bersikap profesional agar hasil riasannya dapat maksimal dan sesuai dengan keinginan klien.

Berdasarkan hasil wawancara bersama NOVA pada tanggal 05 Maret 2019, Ryan Ogilvy, *MUA* asal Jakarta, menyatakan bahwa saat merias klien jangan sampai suasana hati *MUA* ikut terbawa buruk saat klien yang dirias tersebut sedang ber-suasana hati buruk. Karena hal tersebut dapat mempengaruhi hasil *makeup*.

Ifan Rivaldi, *MUA* asal Jakarta, juga menuturkan bahwa saat merias klien harus melakukan diskusi terlebih dahulu mengenai keinginan klien seperti apa. Ingin terlihat *romantic look* kah, atau *glamour* kah, karena yang membuat orang terlihat cantik adalah bahagia. Jadi suasana hati klien supaya dijaga agar tetap baik (Wawancara oleh NOVA, 13 Maret 2019).

Untuk menjaga suasana hati klien tetap baik, dapat dengan membangun *chemistry* agar klien merasa nyaman saat dirias. Menurut Bubah Alfian, *MUA* asal Jakarta, cara membangun *chemistry* bersama klien yaitu dengan mengajak mengobrol dan mengenali karakter klien (Wawancara oleh KOMPASTV, 06 April 2016).

Hal serupa juga dinyatakan oleh Arie Khayz, *MUA* asal Jakarta, bahwa membangun *chemistry* dengan klien

merupakan hal yang penting untuk dilakukan seorang *MUA*. *MUA* harus dapat membuat klien merasa nyaman karena jika suasana hatinya sudah terjalin dengan bagus, maka hasil *makeup*nya juga akan bagus (Wawancara oleh Stylo Indonesia, 11 Maret 2020).

Selain membangun *chemistry*, *MUA* juga harus mengikuti apapun yang klien inginkan. Barry Ritonga, *MUA* asal Jakarta, mengatakan bahwa *MUA* harus rajin-rajin diskusi dengan klien mengenai *makeup* seperti apa yang diinginkan. Karena setiap klien pasti memiliki selera *makeup* yang tak sama. Maka dari itu *MUA* wajib mengikuti apa yang klien *request*-kan guna menghalau sejumlah hal yang tidak diharapkan (klien tidak puas dengan hasil *makeup*) (Wawancara oleh KapanLagiDotCom, 31 Mei 2017).

Sikap totalitas juga dibutuhkan oleh seorang *MUA* untuk menjaga profesionalisme. January Christy, *MUA* asal Jakarta, memaparkan bahwa cara untuk mempertahankan bisnis di bidang jasa *makeup* yaitu dengan selalu menanamkan sikap totalitas ke dalam diri sendiri (Wawancara oleh Nadya Naufel, 26 Agustus 2020).

Dany Barca, *MUA* asal Jakarta, juga menambahkan, bahwa *makeup* adalah tanggung jawab besar bagi seorang *MUA*. Karena yang dilihat pertama kali oleh orang-orang adalah bagian wajah, sehingga sebagai *MUA* harus dapat memberikan yang terbaik agar klien dapat menggunakan jasa *makeup* kembali (Wawancara oleh KapanLagiDotCom, 18 Agustus 2020).

Melalui sejumlah pernyataan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya profesional dan totalitas adalah bagian penting yang harus dimiliki oleh *MUA*. Dengan sikap profesional dan totalitas, akan memberikan kesan positif dan kepercayaan penuh dari klien sehingga peluang untuk menggunakan jasa kembali semakin besar. Selain itu, ketika *MUA* bekerja secara profesional dan totalitas, dapat membentuk semangat kerja yang tinggi serta niat untuk meninggalkan pekerjaan menjadi rendah, sehingga tidak mudah pantang menyerah dalam membangun usaha (Cahill *et al.* dalam Agustiana, 2019:18).

4. Selalu Asah Skill Makeup dan Mencari Pengalaman

Menurut Muhyi dan Sustanto dalam Iskandar (2020:16-17), keterampilan dan pengalaman merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan berwirausaha.

Hal penting yang dilakukan *MUA* hits di Indonesia hingga mencapai kesuksesan dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup* adalah mereka selalu mengasah *skill makeup* mereka agar semakin berkembang dan mencari pengalaman sebanyak-banyaknya. Walaupun sudah menjadi *MUA* profesional dan senior, tetapi mereka tidak

pernah berhenti untuk mengasah *skill makeup* dengan latihan merias secara terus menerus.

Dalam video berjudul “Curhatan dan Cerita Profesi *Makeup Artist!*” yang diunggah di youtube pada 04 Oktober 2018, Fauzia Hanum, *MUA* asal Jakarta, menyatakan bahwa dengan sering melakukan *makeup*, tangan akan terus terlatih dan hasil *makeup* akan semakin halus dan rapi.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Dini Nurdiani, *MUA* asal Jakarta, jika ingin berprofesi menjadi *MUA*, harus sering berlatih *makeup* karena berlatih adalah kunci dari keberhasilan. Dengan semakin sering berlatih, *skill makeup* akan semakin berkembang (Wawancara oleh Yeppeo Channel, 18 Juli 2019).

Selain untuk mengasah *skill makeup* agar semakin berkembang, dengan latihan secara terus menerus juga akan mengumpulkan pengalaman dalam merias di berbagai bentuk dan kondisi wajah yang berbeda-beda.

Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama SOSOK, Anpa Suha, *MUA* asal Jakarta, menyatakan pada saat seorang *MUA* masih berada di fase mencari pengalaman dan belum matang (*MUA* pemula), supaya segala sesuatu tidak dihitung secara materi, karena hal tersebut yang akan menghambat karir sebagai *MUA*. Tidak perlu memedulikan nantinya akan mendapat *fee* berapa, tetapi lebih mencari pengalaman dan mengasah *skill makeup* yang terbaik.

Melalui sejumlah pernyataan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya dengan semakin banyaknya pengalaman dan asah *skill makeup*, maka semakin dapat memilah mana teknik yang cocok diaplikasikan untuk setiap tipe kulit dan bentuk wajah klien yang berbeda-beda. Dengan begitu, peluang keberhasilan merias akan semakin besar. Dengan adanya keberhasilan merias, maka akan menimbulkan kepercayaan pada diri klien untuk memutuskan menggunakan jasa *MUA* tersebut.

5. Selalu Update Perkembangan Trend Makeup (Inovasi)

Berdasarkan hasil penelitian oleh Pertiwi (2017:64), inovasi mempunyai pengaruh positif bagi kinerja penjualan usaha. Sehingga penting untuk para pemilik usaha agar memberikan perhatian terhadap inovasi yang adalah kesempatan didalam mencapai tujuan usaha.

Di dalam dunia kecantikan, *trend makeup* dari masa ke masa akan selalu berkembang. Perkembangan *trend makeup* ini menjadikan seorang *MUA* harus *up to date* terhadap perkembangan pasar *makeup*. Sehebat apapun *MUA*, tetap harus *upgrade* ilmu dan mempelajari *trend-trend* terbaru *makeup* karena ilmu *makeup* selalu berkembang setiap saat (Fauziahannummakup, 2018).

Untuk meng-*upgrade* ilmu *makeup*, dapat dilakukan dari mana saja. Dapat melalui tutorial Youtube ataupun

belajar langsung dengan *MUA* lain melalui *private class* atau *workshop*. Dalam hasil wawancara bersama *Hello Beauty*, Iren Aldriana mengatakan bahwa zaman sekarang untuk menjadi *MUA* harus memiliki pemikiran terbuka. Tidak mengkotak-kotakkan bahwa *makeup* hanya seperti itu-itu saja. Harus memiliki keinginan untuk belajar dengan *MUA* senior ataupun junior dan tidak memiliki gengsi. Karena di era *modern* saat ini, walaupun *MUA* junior, tetapi pada umumnya akan memiliki lebih banyak ilmu karena lebih *up to date* dengan perkembangan zaman dan pintar mengulik-ulik.

Begitu pula dengan pernyataan dari Nanath Nadia, *MUA* asal Bandung, walaupun sudah menjadi *MUA* besar, harus terus belajar. *Upgrade skill* agar tangan semakin luwes. Jika seorang *MUA* punya hasil *makeup* yang diperhitungkan, cukup banyak diminati banyak orang, maka bisnis *MUA* tersebut akan bertahan dengan sendirinya. Oleh karena itu, menjadi *MUA* tidak boleh merasa *makeupnya* paling baik sehingga merasa tidak perlu belajar dengan siapa-siapa lagi. *MUA* harus terus belajar, terus *upgrade* ilmu, harus mengetahui *trend* terbaru dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Hal tersebut penting untuk diperhatikan sebab jumlah profesi *MUA* akan terus bermunculan dari tahun ke tahun dan *trend makeup* akan selalu berkembang (Wawancara oleh Indonesian *MUA*, 02 Maret 2021).

Melalui sejumlah pernyataan tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya mengikuti perkembangan *trend makeup* merupakan suatu hal penting yang harus *MUA* perhatikan. Karena pada umumnya, kebanyakan para konsumen akan lebih memilih *MUA* yang ‘melek’ dengan perkembangan *trend makeup* saat itu daripada *MUA* yang terkesan monoton dengan gaya *makeup* yang hanya itu-itu saja.

Menilik hal tersebut, dengan updatenya seorang *MUA* pada perkembangan *trend* pasar *makeup*, dapat menjadi peluang untuk berinovasi dan mengembangkan usaha jasa *makeupnya* menjadi lebih variatif, dimana akan menarik minat konsumen untuk memutuskan menggunakan layanan jasa *MUA* tersebut.



Gambar 4. Contoh Trend Makeup 2021: Bibir Klomoh.

(Sumber: instagram fauziaahanummakeup)

6. Rajin Update Portofolio dan Pintar Mengatur Strategi E-marketing

Menurut hasil penelitian yang dilangsungkan oleh Nurgiyantoro (2014:69), terdapat pengaruh positif strategi promosi lewat *social media* terhadap keputusan pembelian konsumen.

Di era *digital* saat ini, *e-marketing* atau yang umumnya dinamakan pemasaran online begitu pesat pemakaiannya oleh pengusaha besar ataupun kecil, hal tersebut diakibatkan banyaknya keuntungan dalam pemasaran *online* daripada pemasaran *offline* yakni: (1) jangkauan area *online* 5 kilometer, sementara *offline* 3 kilometer; (2) efisiensi pemasaran *online* lebih tinggi; (3) waktu pemasaran *online* lebih cepat; (4) biaya pemasaran *online* lebih murah (Zhang, Pauwels, and Peng 2019:120).

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang menyebabkan konsumen mulai meninggalkan cara tradisional mencari *MUA* di salon sekitar rumah yang mutunya tidak diketahui. Sekarang konsumen memilih mencari *MUA* melalui melihat portofolio maupun contoh *makeup* yang pada umumnya mudah dicari lewat media sosial Instagram (Casaló, Flavián, and Ibáñez Sánchez 2020). Oleh karena itu, penting untuk *MUA* selalu meng-*update* portofolio di akun Instagram bisnisnya.

Dalam hasil wawancara bersama KapanLagiDotCom pada tanggal 31 Mei 2017, Dany Barca menyatakan bahwa *building* portofolio merupakan salah satu *power* untuk *MUA* menunjukkan hasil *makeupnya*, kekuatannya, ciri khasnya dan secara tidak langsung dengan membuat portofolio sehari-hari non stop akan membangun karakter *MUA* tersebut dalam ber-*makeup*.



Gambar 5. Kumpulan Portofolio dalam Akun Bisnis Nanath Nadia.

(Sumber: Instagram nanathnadia, 2021)

Hal serupa juga diutarakan oleh Ira *Makeup* Henna Aceh, *MUA* asal Aceh, dalam videonya yang berjudul “WAJIB TAU!!! 5 Point Penting Untuk Menjadi *MUA* yang Sukses. *Check!!*” yang diunggah di Youtube pada 27 Mei 2020, Ira menyatakan untuk jangan takut dikritik saat meng-*posting* portofolio di Instagram, sebab kritik dan saran tersebut yang akan membangun karya *MUA* menjadi lebih baik lagi. Jika seorang *MUA* mempunyai akun bisnis *makeup* tetapi tidak pernah meng-*upload* hasil *makeup*, maka orang-orang tidak akan tahu *progress* perkembangan *makeup MUA* tersebut seperti apa.

Nyaris seluruh *MUA* saat ini mempromosikan jasa *makeupnya* memakai Instagram. Instagram sudah berkembang dari sosial media bagi kepentingan sosial menjadi kepentingan bisnis (Jin and Ryu 2020; Latiff and Safiee 2015). Hal tersebut membuat seorang *MUA* harus ‘melek’ terhadap strategi *marketing online* terutama di Instagram agar bisnis jasa *makeupnya* dapat berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil wawancara, berikut strategi *marketing online* yang biasanya diterapkan oleh beberapa *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usahanya di bidang jasa *makeup*:

a) Buat Akun Instagram Selalu ‘Hidup’.

Fauzia Hanum menyatakan seorang *MUA* harus selalu mengusahakan *update* apapun ke Instagram. Hal itu bertujuan agar akun Instagram tetap terlihat ‘hidup’ dan orang-orang akan tertarik mengunjungi akun tersebut. Dapat dengan memposting kegiatan sehari-hari selama bekerja menjadi *MUA*, atau membuat video tutorial *makeup* (Fauziahannummakeup, 2018).

b) Buat Portofolio Berbagai Macam *Look Makeup*.

Anpa Suha menjabarkan bahwa *MUA* harus punya otak *marketing* yang bagus. Buat portofolio dengan berbagai macam *look makeup*, seperti; *makeup glam*, *makeup Chinese*, *makeup* yang membuat mata besar, *makeup* adat, *makeup soft*, *makeup bold*, dan lain-lain. Buat variasi portofolio agar tidak terlihat seperti membatasi klien. Dengan adanya variasi portofolio, maka klien akan melihat bahwa *MUA* tersebut dapat membuat berbagai macam *look*. Sehingga peluang untuk mendapatkan klien dari berbagai adat dan kondisi semakin banyak (Wawancara oleh SOSOK, 11 November 2017)



Gambar 6. Contoh Portofolio dengan Berbagai Macam *Look Makeup*.

(Sumber: Instagram anpasuha_official)

c) Bangun *Branding* dan Buat Promo Menarik.

Ira *Makeup* Henna Aceh menuturkan bahwa *MUA* harus membangun *branding* di sosial media dengan tampilan yang baik dan tidak asal-asalan. Tidak boleh menganggap sepele media sosial sebab berdasarkan pengalamannya, 90% omset berpengaruh dari media sosial. Buat promo atau diskon menarik dalam *pricelist makeup* yang ditawarkan sehingga orang-orang akan tertarik memakai jasa *makeup* tersebut (Ira *makeup* henna aceh, 30 September 2020)

d) Konsisten *Upload* Portofolio di Jam Ramai Instagram.

Tika Kusnaedi menyatakan seorang *MUA* harus konsisten *upload* portofolio di jam yang sama. Sesuai dengan penelitian Hafidz et.al. (2017), waktu pemakaian Instagram dengan interaksi paling tinggi yakni pada pukul 15.00, berarti *MUA* sebaiknya mengunggah foto maupun video pada jam tersebut untuk memaksimalkan *viewers*. Selain itu, juga dengan membuat jadwal harian untuk *upload*. Jika sebelumnya berkomitmen untuk *upload* setiap hari, maka harus konsisten *upload* setiap hari. Tidak boleh misalnya *upload* hari kamis, kemudian selanjutnya diupload hari kamis minggu depannya. Sebab nantinya akan membuat akun Instagram menjadi turun dan ‘tenggelam’ dengan akun lainnya (Wawancara oleh Cerita Kuy, 29 Agustus 2020).

e) Membuat *Caption* Menarik.

Tika Kusnaedi juga menambahkan, selain *upload* portofolio di jam ramai Instagram, *MUA* juga harus dapat membuat *caption* yang menarik di balik foto

yang akan diposting. Dapat dengan memberi *caption* yang membuat tertawa atau *tips-tips* yang berkaitan dengan *makeup* sehingga akan memberikan ikatan yang kuat terhadap orang yang melihat postingan tersebut (Wawancara oleh Cerita Kuy, 29 Agustus 2020).

tikakusnaedi MAU TANYA: kalian lagi seneng bikin konten apa? foto makeup? video makeup? tutorial makeup? tutorial masak? tutorial beres beres rumah? di instagram? di tiktok? di yutub? SHARE KE AKU YAAAA, siapa tau aku bisa ikutan jugaaa 🥰

Gambar 7. Contoh Caption Menarik
(Sumber: Instagram tikakusnaedi, 2021)

tikakusnaedi TIPS BIAR GA USAH TERLALU BANYAK RETOUCH EYESHADOW: jadi kalo aku selalu bulumata duluan yg di pasang, baru eyeshadow, trus klo misalnya pas pasang eyeshadow bertaburan dan berjatuhan ke

Gambar 8. Contoh Caption Menarik
(Sumber: Instagram tikakusnaedi, 2021)

Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwasanya pada era digital seperti saat ini penting untuk *MUA* selalu membangun dan mengembangkan *marketing online* melalui media sosial sebagai bentuk promosi. Sebab saat ini banyak orang-orang yang membeli atau mencari sesuatu melalui *online*. Oleh karena itu peluang untuk mendapatkan klien kebanyakan melalui *online*.

7. Memiliki *Attitude* yang Baik

Berdasarkan hasil penelitian Luch dalam Nursalina (2018:18), faktor penentu kesuksesan usaha diberikan pengaruh oleh kemampuan usaha yang salah satunya digambarkan lewat sikap (*attitude*).

Sikap (*attitude*) ialah kecenderungan melakukan tindakan, berpikir, cara pandang, serta merasa didalam menghadapi gagasan, objek, nilai maupun keadaan. Sikap bukanlah perilaku, namun lebih kepada kecenderungan untuk melakukan perilaku dengan suatu cara terhadap objek sikap. Objek sikap dapat berbentuk benda, orang, ide, tempat, kelompok maupun keadaan (Sobur, 2016).

Seperti dalam faktor no. 3 mengenai profesional dan totalitas, menjadi *MUA* tentu akan selalu bertemu klien dengan berbagai macam karakter dan kondisi yang dapat mempengaruhi suasana hati *MUA*. Walaupun begitu, seorang *MUA* harus tetap profesional dan ber-*attitude* yang baik di depan klien.

Ira *Makeup* Henna Aceh (2020), menjabarkan bahwa selain belajar *makeup*, *MUA* juga harus belajar cara menghadapi orang dengan karakter yang berbeda-beda. *MUA* harus punya *attitude*, tidak semata-mata hanya

mengandalkan *skill makeup* saja. Jika ingin usaha jasa *makeupnya* menjadi jangka panjang, *MUA* harus mempelajari bagaimana cara berinteraksi dengan klien yang akan ditemui nanti. Sebab, walaupun nama *MUA* tersebut sudah besar, jika tidak punya *attitude* maka usahanya tidak akan bertahan lama. Salah satu alasan klien memilih menggunakan jasa seorang *MUA* tidak hanya dilihat dari hasil *makeupnya* yang bagus, tetapi juga berdasarkan sikap *MUA* tersebut kepada kliennya.

8. Memiliki Niat dan Percaya Diri

Menurut Deri, dkk (2016:990), makin besar niat berwirausaha seseorang, menyebabkan makin besarnya kesempatan untuk meraih tujuan usaha.

Niat berwirausaha ialah kemauan, rasa tertarik, juga ketersediaan untuk bekerja keras maupun berkeinginan keras untuk berdiri diatas kaki sendiri maupun berupaya untuk mencukupi keperluan hidupnya, tanpa merasa takut dengan risiko yang nantinya terjadi dalam berwirausaha, juga berkeinginan keras untuk belajar dari kesalahan (Santoso dan Oetomo, 2017).

Dengan adanya niat berwirausaha, maka usaha akan tetap terus berjalan walaupun rintangan menghadang dengan terus mengingat niat awal saat membangun usaha. Dean, *MUA* asal Jakarta, menyatakan bahwa jika memiliki niat, maka semuanya akan berjalan sesuai yang diinginkan sebab sukses adalah kesempatan semua orang (Wawancara oleh BdgReviewCh, 28 Februari 2017 usaha).

Selain memiliki niat, *MUA* juga harus memiliki sifat percaya dengan kemampuan dirinya sendiri saat merias klien. Hal tersebut serupa dengan pendapat Mardiyatmo (2004) dan Tohar (2007) yang mengemukakan bahwa individu yang berwirausaha memerlukan ciri-ciri percaya diri.

Banyak orang yang masih menganggap bahwa bagus tidaknya kemampuan hasil *makeup MUA* tergantung pada *brand makeup* yang digunakan oleh *MUA* tersebut. Semakin mahal *brand* yang digunakan maka akan semakin bagus pula hasil *makeupnya*. Tentu hal ini tidak benar, karena yang menjadi penentu terbesar dalam keberhasilan hasil *makeup* adalah *skill* atau kemampuan merias *MUA* itu sendiri. Hal ini berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia dalam menjalankan usaha di bidang jasa *makeup* No. 4 tentang melatih *skill makeup*. *Skill makeup* harus terus dilatih agar kemampuan merias *MUA* dapat semakin baik dan berkembang.

Dalam hasil wawancara yang sama, Dean menuturkan bahwa *MUA* harus percaya dengan kemampuan tangan sendiri bukan *brand makeup*. Hal ini disampaikan oleh Dean dengan istilah "*The magic is in your hand, not your brand*". *MUA* harus dapat meyakinkan klien untuk

percaya dengan kemampuan tangan *MUA* tersebut, bukan dari brand *makeup* yang digunakan. Oleh karena itu, kepercayaan diri seorang *MUA* sangat penting untuk menjalankan bisnis usaha di bidang jasa *makeup*. Hal tersebut itu sesuai pada hasil penelitian yang dilakukan Tambunan (2018:159) yang menunjukkan bahwa percaya diri memiliki pengaruh terhadap berwirausaha.

9. Memiliki Mental Baja, Sabar dan Pantang Menyerah

Menekuni usaha di bidang jasa, tentu akan selalu banyak bertemu dengan konsumen yang memiliki sifat yang berbeda-beda. Terkadang ada konsumen yang *riweuh* dengan permintaannya sendiri, tetapi ada juga konsumen yang cenderung ‘*neriman*’ dan tidak aneh-aneh.

Menurut Ryan Ogilvy, klien bukanlah raja ataupun ratu, tetapi klien adalah sahabat yang harus dirangkul. Jika bertemu klien yang memiliki sifat bawel dan rewel, supaya dianggap normal dan seperti sedang *PMS*. Sehingga tidak perlu dimasukkan ke hati (Wawancara oleh NOVA, 05 Maret 2019).

Ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik tentu merupakan hak setiap konsumen. Tetapi dengan adanya perbedaan sifat manusia, pastinya akan menimbulkan perbedaan perilaku dan perlakuan yang mereka berikan kepada orang lain. Menurut Li Jing *Makeup Artist*, salah satu alasan penyebab *MUA* cepat ‘tutup koper’ adalah *MUA* tersebut mudah menyerah saat dimarahi klien (Wawancara dalam workshop Integrated Comm, 31 Agustus 2018). Oleh karena itu, sebagai *MUA* yang selalu bergelut memberikan layanan jasa *makeup* pada klien, tentu harus memiliki mental baja, sabar dan pantang menyerah saat menghadapi klien. *MUA* harus memiliki daya juang yang tinggi sehingga tidak cepat *down*. Hal tersebut penting untuk diperhatikan karena dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurafni (2020) menyebutkan sikap pantang menyerah mempunyai pengaruh positif terhadap kesuksesan usaha.

10. Konsisten dan Tetap Rendah Hati

Berdasarkan hasil penelitian oleh Nurjannah (2019:85), ketekunan, konsisten dan jujur adalah faktor utama kunci sukses suatu usaha. Semua *point* di atas tidak akan berarti tanpa adanya konsistensi selama menjalankan usaha. Anpa Suha menyatakan kesuksesan menjadi *MUA* dapat diraih selama *MUA* tersebut konsisten, tawakal dan berusaha (Wawancara oleh SOSOK, 11 November 2017).

Selain konsisten, *MUA* juga harus menanamkan sikap rendah hati terhadap sesama *MUA*. Dengan cara yaitu tidak menjelek-jelekkkan hasil *makeup MUA* lain karena semua *MUA* sama saja, masih tetap harus belajar, sehingga tidak boleh merasa karyanya paling *superior* (Li

Jing *Makeup Artist*, Wawancara dalam workshop Integrated Comm: 31 Agustus 2018). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Adiwarmam dalam Mujib (2018:38) mengenai nilai-nilai etika bisnis yang salah satunya adalah sikap rendah hati. Sikap rendah hati dalam etika bisnis dapat diimplementasikan dengan tidak mempromosikan produk secara berlebihan, apalagi menunjukkan produk bersaing, entah lewat gambar ataupun tulisan.

SIMPULAN

Membangun usaha bisnis di bidang jasa *makeup* tentu tidak mudah. Terlebih di beberapa tahun terakhir ini dimana profesi *MUA* mulai diminati oleh generasi milenial. Banyaknya persaingan di mana-mana membuat *MUA* harus pintar-pintar memutar otak agar usaha jasa *makeup*nya dapat berjalan lancar. Namun, persaingan yang semakin ketat ini membuat banyak *MUA* pemula bingung bagaimana cara membangun usaha jasa *makeup* agar banyak konsumen yang tertarik menggunakan usaha jasanya.

Sesuai dengan hasil penelitian, didapatkan 10 faktor yang memberikan pengaruh bagi keberhasilan *MUA* hits di Indonesia dalam membangun usaha di bidang jasa *makeup*, yaitu: (1) *Makeup* merupakan *passion*-nya; (2) Memiliki ciri khas *makeup* tersendiri yang membedakan dengan *makeup MUA* lain; (3) Profesional dan totalitas; (4) Selalu asah *skill makeup* dan mencari pengalaman; (5) Selalu *update* perkembangan *trend makeup*; (6) Rajin *update* portofolio dan pintar mengatur strategi *marketing*; (7) Memiliki *attitude* yang baik; (8) Memiliki niat dan percaya diri; (9) Memiliki mental baja, sabar dan pantang menyerah; (10) Konsisten dan tetap rendah hati.

SARAN

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilangsungkan, sehingga saran yang bisa disampaikan ialah seperti dibawah ini:

- a. Di era *digital* saat ini, supaya *MUA* pemula dapat menggencarkan promosi usaha jasanya melalui sosial media seperti Instagram atau Youtube. Dapat dengan memberikan promo-promo menarik atau *giveaway* agar orang-orang tertarik untuk mem-*follow* akun tersebut.
- b. Supaya *MUA* pemula dapat mengaplikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan *MUA* hits di Indonesia yang telah dijabarkan sebelumnya tersebut agar dapat belajar dari pengalaman *MUA-MUA* senior terdahulu.
- c. Perlu dikembangkan lagi penelitian mengenai strategi *marketing* dengan cakupan lebih luas dan dalam terkait promosi usaha jasa *makeup*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis panjatkan atas rahmat Allah SWT yang sudah memberikan hidayah serta kekuatan secara lahir dan bathin sehingga penulis bisa menyelesaikan artikel ilmiah ini. Dalam penulisan artikel ini tidak bisa dilepaskan dari pertolongan serta motivasi melalui banyak pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sri Dwiyanti, S.Pd., M.PSDM. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis hingga artikel ilmiah ini terselesaikan, Kemudian Ibu Dindy Sinta Megasari S.Pd., M.Pd. selaku dosen penguji I serta Ibu Dra. Arita Puspitorini M.Pd. selaku dosen penguji II yang telah memberi masukan dalam penyuntingan artikel ilmiah ini supaya menjadi lebih baik, Kedua orang tua beserta keluarga tercinta yang sudah memberikan dukungan dan doa, 20 Narasumber MUA hits di Indonesia yang telah membagikan pengalamannya selama membangun usaha bisnis di bidang jasa makeup dan Teman-teman seperjuangan S1 Pendidikan Tata Rias 2017 yang telah memberikan support satu sama lain.

Semoga artikel ilmiah ini bisa berguna untuk seluruh pihak. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiana, Rahayu. 2019. *Pengaruh Totalitas Kerja dan Makna Kerja terhadap Keseimbangan Kerja-Kehidupan pada Pekerja Wanita. Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Casaló, Luis V., Carlos Flavián, and Sergio Ibañez-Sánchez. 2020. *Be Creative, My Friend! Engaging Users on Instagram by ProJuska, J. M. (n.d.). Integrated Marketing Communication Advertising and Promotion in a Digital World. Moting Positive Emotions*. Journal of Business Research, no. February: 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.014>.
- Deri, Erri Nugraha., dkk. 2016. *Niat Berwirausaha dikalangan Mahasiswa*. E-journal, 5(2), 985-1013.
- Efika, Andi Nur. 2016. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keuksesan Bisnis R.M Ayam Bakar Wong Solo di Makassar. Skripsi*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Erfiana, Chandra. 2017. *Analisis Pengaruh Ciri Khas Rasa, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Skripsi*. Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta.
- 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)
- Hafidz, Irmasari, Alvin Rahman Kautsar, Tetha Valianta, and Nur Aini Rakhmawati. 2017. *Teenstagram TimeFrame: A Visualization for Instagram Time Dataset from Teen Users (Case Study in Surabaya, Indonesia)*. Procedia Computer Science 124: 100–107. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.135>
- Ikkbal, Muhammad, dkk. 2019. *Pengaruh Profesionalisme Kerja Aparat terhadap Kualitas Kerja di Kantor Desa Bulo Wattang Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang*. E-journal, 5(1), 16-31.
- Iskandar. 2018. *Mudahnya Panggil Makeup Artist Profesional Lewat Aplikasi Ini*. <https://m.liputan6.com/tekn/read/3801943/mudahnya-panggil-makeup-artist-profesional-lewat-aplikasi-ini> (diakses tanggal 08 Juli 2021)
- Iskandar, Keke Arnesia. 2020. *Pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan*. E-journal, 21(1), 14-20.
- Jin, S. Venus, and Ehri Ryu. 2020. *I'll Buy What She's #wearing': The Roles of Envy toward and Parasocial Interaction with Influencers in Instagram Celebrity-Based Brand Endorsement and Social Commerce*. Journal of Retailing and Consumer Services 55: 102121. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102121>.
- Kusantati, Herni, dkk. 2008. *Tata Kecantikan Kulit Jilid 2*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Merieska, Petra. 2017. *Passion Berwirausaha pada Pengusaha Muda*. E-journal, 3(1), 13-24.
- Monica, P. 2011. *Analisa Pengaruh Passion dan Worker Engagement terhadap Motivasi Kerja dan Potensi Individu (Studi Kasus: Pada PT. Asjaya Indosurya Securities)*. E-journal, 1-7.
- M Tauf'q Amir. 2012. *Passion, Engagement dan Thriving Saat Bekerja Memaksimalkan Potensi Individu*
- Mujiati, Desy Wahyuningrum, dkk. 2020. *Instagram: Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Strategi Penjualan Bagi Makeup Artis (MUA)*. E-journal, 4(2), 211-224.
- Mujib, Syaiful. 2018. *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Air Minum dalam Kemasan. Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Muthi'ah, Waridah, dkk. 2017. *Tinjauan Desain Beauty Case di Kalangan Makeup Artist Jakarta*. E-journal, 4(3), 335-344.
- Nurafni, Andi. 2020. *Pengaruh Kerja Keras, Sikap Pantang Menyerah, dan Tanggung Jawab terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional Mode' Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.

- Nurgiyantoro, Singgih. 2014. *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang Dimediasi World of Mouth Marketing*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurjannah, Suchi. 2018. *Passion dengan Komitmen Profesi*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nurjannah, Riha. 2019. *Rahasia Kesuksesan Usaha*. Skripsi. Semarang: Universitas Semarang.
- Nursalina. 2018. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar*. Skripsi. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Patilima, Hamid. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Pertiwi, Dian Hana. 2017. *Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Penjualan Pada Usaha Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Bantul*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Santoso, S., & Oetomo, B. S. D. 2017. *Pengaruh Karakteristik Psikologis, Sikap Berwirausaha, dan Norma Subyektif terhadap Niat Berwirausaha*. E-journal, 20(03), 338-352.
- Sobur, Alex. 2016. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, Formaida. 2018. *Pengaruh Percaya Diri dan Tekad yang Kuat terhadap Berwirausaha*. E-journal, 8(2), 157-162.
- Wella, Mutia. 2020. *Tips Rintis Karir Sebagai Makeup Artis Pemula Ala MUA Ikawati Fitri dari Ikea Makeover*. <https://www.diadona.id/beauty/mua-ikawati-fitria-dari-ikea-makeover-bagi-tips-rintis-karir-sebagai-makeup-artist-pemula-2010087.html> (diakses tanggal 07 Juli 2021)
- Yustiani, Dini. 2019. *Ini Alasan Kenapa Profesi MUA Makin Diburu Kaum Milenial di 2019*. <https://www.beritabaik.id/read?editorialSlug=gaya-hidup&slug=1547458681911-ini-alasan-kenapa-profesi-mua-makin-diburu-kaum-milenial-di-2019> (diakses tanggal 02 Juni 2021)
- Zhang, Sha, Koen Pauwels, and Chenming Peng. 2019. *ScienceDirect The Impact of Adding Online-to-Offline Service Platform Channels on Firms' Offline and Total Sales and Profits*. Journal of Interactive Marketing 47: 115-28. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.03.001>.