



INVESTASI STRATEGIS DAN FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN KARIER MAKE UP ARTIST (MUA)

Qoriatul Maslikhah^{1*}, Naim²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

*Corresponding Author; qoriatulmaslikhah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menguraikan pentingnya pelatihan dan sertifikasi bagi Make Up Artist (MUA) di Indonesia serta faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan mereka dalam bisnis jasa makeup. Dengan menggunakan metodologi kualitatif, penelitian ini mendalami pandangan MUA terkait pelatihan, sertifikasi, dan faktor-faktor penentu kesuksesan. Hasil penelitian menyoroti strategi pemasaran, peran ciri khas makeup, aspek profesionalisme, konsistensi, dan pembaruan terhadap tren makeup. Temuan menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan dan sertifikasi memberikan kesempatan bagi MUA untuk meningkatkan kredibilitas, mengasah keterampilan, dan memperluas peluang karir. Hasil penelitian ini menegaskan perlunya pendekatan yang tepat dalam mengembangkan karir sebagai MUA, yang melibatkan pengembangan keterampilan teknis, pencitraan unik, serta hubungan yang baik dengan klien. Kesimpulannya, penekanan pada pengembangan diri yang berkelanjutan dan adaptasi terhadap perubahan industri adalah kunci bagi kesuksesan seorang MUA di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri kecantikan.

Kata kunci:

Investasi; Karir MUA; Pelatihan dan Sertifikasi.

Artikel ;

Diterima: 11 Juni 2024
Diperbaiki: 28 September 2025
Diterbitkan: 30 September 2025

PENDAHULUAN

Virksomheder begynder at ændre sig hurtigt. Beskæftigelsen inden for tjenesteydelser er blandt de virksomheder, der er vokset hurtigt. Virksomheder i bidang jasa tata rias, eller makeup, er blandt de mest populære virksomheder i samfundet i øjeblikket. Kusantati definerer makeup som en form for kosmetisk pleje af kroppen med det formål at forbedre og forbedre en persons udseende. Risør på øjnene i dag har udviklet sig med det formål ikke kun at forbedre en persons udseende, men også at imødekomme en række behov, der opstår i forskellige situationer og omstændigheder, der kræver makeup (Kusantati & dkk, 2008). Tujuan makeup modern antara lain adalah untuk menyempurnakan ketidaksempurnaan di wajah, mengikuti tren atau mode, berkomunikasi, memenuhi kebutuhan khusus - seperti karakter dan panggung - dan memenuhi tujuan seni. Ketika permintaan untuk terlihat menarik dan mempesona baik sebagai pekerjaan maupun gaya hidup meningkat, muncul peluang baru untuk memulai bisnis yang menawarkan layanan terkait makeup. Hal ini mengarah pada lahirnya profesi yang disebut makeup artist (Muthi'ah & dkk, 2017).



Selama beberapa tahun terakhir, industri makeup artist (MUA) di Indonesia telah berkembang pesat. Masyarakat Indonesia sebelumnya hanya mengenal salon sebagai tempat untuk merias wajah untuk acara-acara resmi, seperti wisuda, syukuran, atau pernikahan yang diatur oleh pengantin. Makeup artist (MUA) merupakan kategori seniman yang bekerja secara profesional dengan menggunakan wajah sebagai media. Karena ini adalah karier yang mendukung seni, posisi sebagai Makeup Artist (MUA) sangat diminati. Karena Anda harus berinteraksi dengan berbagai klien dan mengamati perilaku mereka dengan cara yang berbeda, pemahaman yang kuat tentang keterampilan sosial dalam posisi ini sangat penting (Desfrida, 2020).

Dahulu, profesi makeup artist (MUA) atau penata rias sering kali dipandang sebelah mata. Pekerjaan ini sering dianggap remeh dan dinilai kurang bergengsi (Fikri, 2019). Namun, seiring dengan perkembangan dunia digital, saat ini terjadi peningkatan jumlah tutorial video tentang makeup yang tersedia di YouTube dan platform media sosial lainnya. Hal ini telah menarik minat orang untuk mengejar karir di industri makeup. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Iyank Zurya, seorang makeup artist profesional, pada acara Wedding Fashion Festival 2019 di Metro Indah Mall Bandung. Iyank Zurya menyatakan bahwa banyak orang menjadi tertarik dengan dunia makeup karena adanya kemungkinan digital. Akibatnya, keterampilan dalam workshop makeup atau keterampilan offline saat ini sangat diminati, seperti yang terlihat pada Wedding Fashion Festival 2019 dengan total 400 peserta, di mana sebagian besar dari mereka adalah kaum muda (Dini, 2019).

Banyak orang sekarang menyadari bahwa bekerja sebagai MUA bukan hanya cara untuk mengekspresikan minat dan passion mereka dalam seni dan kecantikan, tetapi juga merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan akan makeup yang tidak pernah hilang seiring berjalannya waktu. Selain itu, ada berbagai kemungkinan menjadi MUA lepas, termasuk: (1) pelanggan tidak memperlmasalah latar belakang pendidikan MUA; (2) banyak merek kosmetik lokal menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, yang memudahkan pengeluaran; (3) bebas dari risiko sewa tempat usaha; (4) mudah untuk tetap up-to-date dalam hal makeup dengan menonton tutorial gratis di YouTube; dan (5) Kemudahan untuk memperbarui wawasan makeup dengan menonton tutorial di YouTube secara gratis (Wahyuningrum & Mujiati, 2020).

Menurut survey Iskandar 2018 dalam Hello Beauty menyatakan bahwa pada tahun 2016 setidaknya terdapat setidaknya 6.000 MUA yang menawarkan jasa makeup di Instagram. Pada tahun 2021, jumlah penyedia layanan kecantikan, termasuk jasa makeup, telah meningkat menjadi lebih dari 10.000 di 35 kota di Indonesia (Iskandar, 2018). Jumlah perusahaan yang menyediakan layanan makeup di Indonesia meningkat karena antusiasme masyarakat untuk menjadi MUA. Karena hal ini, persaingan di industri semakin intens. MUA harus menjadi kreatif dan inovatif agar bisa menarik pelanggan untuk menggunakan layanan mereka. Hal ini akan memastikan bahwa bisnis tetap berlanjut dan kompetitif dibandingkan dengan



pesaing. Namun, banyak MUA pemula yang memulai karier mereka di industri makeup merasa tidak yakin tentang langkah apa yang harus diambil untuk menarik perhatian pelanggan dan bertahan dalam persaingan ketat di industri makeup.

Menurut penelitian Mujiati, dkk yang mengamati 247 anggota grup Whatsapp MUA, banyak keluhan dari MUA pemula mengenai minimnya pekerjaan makeup yang mereka peroleh (Wahyuningrum & Mujiati, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sutyono (Nursalina, 2018), inovasi dan keberanian untuk mengambil risiko adalah elemen-elemen kunci dalam kesuksesan suatu bisnis. Kesuksesan bisnis dapat dicapai melalui tiga faktor: kerja keras (pantang menyerah); dedikasi; dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas (keseluruhan dan profesionalisme), menurut penelitian Murphys seperti yang dikutip dalam sumber tersebut. Selain itu, menurut penelitian Luch, kapasitas dalam sebuah perusahaan terdiri dari (1) pengetahuan; (2) sikap (attitude); dan (3) keterampilan (skills). Kapasitas-kapasitas ini memengaruhi kesuksesan suatu perusahaan.

Menurut hasil penelitian (Nursalina, 2018), ditemukan bahwa faktor-faktor berikut mempengaruhi kesuksesan atau keberhasilan suatu bisnis: gairah dalam bekerja, jaringan, merek, dan promosi. Penelitian telah menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi kesuksesan. Ini termasuk (1) pengetahuan; (2) sikap/sikap mental; (3) keterampilan/kompetensi; (4) keterlibatan/gairah; (5) inovasi; (6) usaha; (7) profesionalisme dan totalitas dalam pelayanan dan kualitas; dan (8) promosi. Perusahaan yang menawarkan layanan makeup saat ini tidak hanya bergantung pada kualitas makeup, tetapi juga pada faktor-faktor lain seperti kepribadian, karakteristik individu, dan cara produk dipromosikan. (Wella, 2020).

Melalui latar belakang diatas peneliti kemudian akan mengangkat topik mengenai pentingnya pelatihan dan sertifikasi bagi karir MUA. Faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan MUA terkenal di Indonesia dalam menjalankan bisnis di bidang jasa makeup menjadi tujuan penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kesuksesan MUA terkenal di Indonesia dalam menjalankan bisnis di bidang jasa makeup.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendalami memahami pandangan dan pengalaman para Make Up Artist (MUA) terkait dengan pelatihan dan sertifikasi serta faktor yang memengaruhi keberhasilan karir mereka. Subjek penelitian terdiri dari MUA yang telah menjalani pelatihan dan sertifikasi, serta yang belum melakukannya.. Pelaksanaan prosedur penelitian melibatkan analisis dokumen terkait pelatihan dan sertifikasi MUA. Penggunaan bahan dan instrumen penelitian melibatkan pengumpulan data sekunder dari buku, jurnal ilmiah, serta website yang relevan dengan topik penelitian. Pedoman observasi dikembangkan untuk memandu interaksi dengan partisipan dan mengumpulkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencatatan terperinci atas



temuan yang relevan. Analisis data dilakukan secara induktif, dengan mengidentifikasi tema utama dan sub-tema dari hasil observasi.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam menjalankan bisnis make up artist (MUA) strategi pemasaran sangat penting. Strategi pemasaran atau marketing adalah usaha untuk mempromosikan atau memasarkan suatu produk, barang, atau jasa, dengan menerapkan rencana dan taktik tertentu untuk meningkatkan jumlah penjualan secara signifikan (Astuti, 2020). Strategi pemasaran perusahaan sangat penting karena itu menentukan nilai ekonomi perusahaan, termasuk harga produk dan layanan. Perencanaan strategis sangat penting untuk pemasaran barang dan jasa. Marketing mix adalah strategi pemasaran umum dan sukses. Bauran pemasaran, yang juga dikenal sebagai "marketing mix", adalah kombinasi dari berbagai elemen pemasaran yang dapat dikelola dan diorganisir oleh sebuah perusahaan untuk mencapai respons yang diharapkan dari pasar yang dituju (Kotler, 2008).

Produk, harga, tempat, dan promosi adalah empat P dalam bauran pemasaran. Seiring berjalannya waktu, ide bauran 4 P berkembang menjadi 7 P. Orang, proses, dan bukti fisik adalah tiga ide tambahan. Perusahaan masih menggunakan model bauran pemasaran 7P, terutama perusahaan di sektor jasa yang telah berubah dengan masuknya era digital. 7P mencakup strategi bauran pemasaran:

a. Produk (Product)

Produk merujuk pada segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan (Mamonto, 2021). Produk harus memiliki nilai tambahan agar dipilih oleh konsumen. Produk dapat berupa barang, layanan, pengalaman, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Ini berarti produk tidak hanya mencakup benda fisik seperti pakaian atau makanan, tetapi juga layanan seperti jasa. Makeup, henna (seperti henna untuk acara seperti pernikahan, mahar henna untuk pengantin, dan seni kuku palsu), penyewaan pakaian untuk acara seperti pernikahan, karnaval, atau wisuda, hijab, gaya rambut, dan sanggul adalah beberapa contoh produk dalam bauran produk di industri jasa. Ini adalah contoh dari kosmetik atau henna halal yang memberikan hasil tahan lama dengan menggunakan produk dari merek terkenal (Ismayanti, 2023).

b. Harga (Price)

Cara konsumen membuat keputusan pembelian barang, serta persepsi mereka terhadap produk, sangat dipengaruhi oleh strategi penetapan harga. Konsumen mempertimbangkan berbagai faktor saat memilih produk, termasuk tingkat harga, metode pembayaran, dan diskon (Abdillah, 2018). Di antara banyak komponen dalam bauran pemasaran yang memengaruhi penjualan produk adalah harga. Perusahaan besar harus menetapkan harga yang sesuai untuk memasarkan barang dan layanan mereka dengan sukses. Contoh strategi penetapan harga dalam industri jasa adalah menawarkan konsumen berbagai produk berkualitas tinggi, menawarkan harga yang



- kompetitif, dan menetapkan harga sesuai dengan perjanjian sebelumnya (Susanto, 2022).
- c. Tempat (Place)
Tempat dalam konteks jasa mencakup lokasi dan saluran distribusi, yang penting untuk menyampaikan jasa kepada konsumen di lokasi yang strategis (Abdillah, 2018). Lokasi tempat usaha Anda harus dipilih dengan hati-hati agar mudah dijangkau oleh pelanggan dan membantu meningkatkan penjualan dan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Konsep pemasaran tempat acara mencakup penempatan strategis acara, area parkir yang luas, serta tata letak dan desain yang nyaman bagi para tamu (Antari, 2020).
 - d. Promosi (Promotion)
Promosi adalah kegiatan untuk menyampaikan produk kepada konsumen dengan tujuan untuk membujuk mereka agar membeli produk tersebut (Sunarsasi & Hartono, 2020). Contoh promosi jasa termasuk penggunaan spanduk, banner, brosur pada acara tertentu, serta pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menawarkan promo diskon (Lababa, Kurniati, & Krisdianto, 2021).
 - e. Orang (People)
Orang merupakan aset penting dalam pemberian layanan kepada konsumen dan mempengaruhi kualitas pelayanan (Nugroho & Japarianto, 2013). Seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia yang baik adalah faktor kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen (Lababa, Kurniati, & Krisdianto, 2021).
 - f. Proses (Process)
Proses adalah pendekatan organisasi dalam mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan efisiensi biaya dan kualitas yang baik (Nurhayaty, 2022). Contoh strategi pemasaran proses dalam jasa makeup termasuk waktu yang diperlukan untuk menghasilkan hasil yang baik, responsif terhadap masukan dan keluhan pelanggan, serta memberikan pelayanan yang cepat (Desfrida & Nurlinda, 2020).
 - g. Bukti Fisik (Physical Evidence)
Bukti fisik mencakup lingkungan fisik tempat pelayanan, seperti desain, dekorasi, dan suasana, yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan (Nurhayaty, 2022). Perhatian terhadap desain dan dekorasi yang menarik dapat meningkatkan pengalaman konsumen (Antari, 2020).

Menjalankan bisnis di sektor jasa makeup tidaklah mudah, terutama dengan meningkatnya persaingan, terutama oleh generasi milenial dalam beberapa tahun terakhir (Chairul Fikri, 2019). Tingginya persaingan ini menuntut MUA untuk menjadi kreatif dalam mengelola usaha makeup mereka. Bagi para MUA pemula, persaingan yang sengit ini seringkali menimbulkan kebingungan tentang cara membangun bisnis makeup mereka agar menarik minat konsumen. Faktor-faktor



yang mempengaruhi kesuksesan MUA hits dalam menjalankan bisnis jasa make up di Indonesia antara lain:

1. Make up merupakan passionnya

Passion adalah dorongan kuat untuk terlibat dalam suatu aktivitas, yang membuat seseorang menyisihkan waktu dan energi untuk terlibat dalamnya dengan minat yang intens. Sejumlah aktivitas dapat menjadi passion, yang dapat berupa gairah harmonis atau gairah obsesif. Hal ini tergantung pada tingkat minat yang berkelanjutan dan minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Demikian pula dengan popularitas MUA di Indonesia, di mana mereka menemukan make up menyenangkan dan memiliki minat khusus terhadap make up. Banyak dari mereka memulai bisnis jasa make up karena itu merupakan hobinya, dan mereka melakukannya karena itu membuat mereka bahagia.

Menurut M. Taufi'q Amir (2012), passion dapat dirumuskan dalam lima dimensi, yaitu keterkaitan bermakna, dorongan internal, larut dalam pekerjaan, rasa riang, dan perasaan memiliki energi. Dengan membuka usaha berdasarkan passion, menjalankan usaha dapat menjadi lebih mudah dan menyenangkan karena dilakukan dengan hal yang disukai.

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

Menurut Mutia Wella (2020), dalam membangun bisnis jasa make up, tidak hanya kualitas hasil make up yang dihasilkan yang penting, tetapi juga faktor lain seperti ciri khas. Setiap MUA di Indonesia menggunakan teknik riasan mereka sendiri, sehingga hasil riasan setiap MUA menjadi unik satu sama lain. Hal ini menghasilkan penciptaan tanda tangan yang membedakan setiap MUA, membuatnya mudah bagi publik untuk mengidentifikasi karya mereka. Ryan Ogilvy, seorang MUA dari Jakarta, mengatakan bahwa seorang MUA harus memiliki identitas dan pemahaman tentang gaya riasan yang ingin mereka ciptakan. Iren Aldriana, seorang MUA dari Bandung, percaya bahwa seseorang harus melakukan riset pada diri mereka sendiri jika mereka ingin menemukan karakter atau gaya riasan yang tepat. Hal ini karena hanya diri mereka sendiri yang benar-benar tahu seberapa baik mereka dalam merias. Untuk mencapai hal ini, Anda perlu berlatih merias secara teratur dan menciptakan sesuatu yang unik.

Menurut Dini Nurdiani, seorang MUA dari Jakarta, untuk menemukan gaya make up yang sesuai, individu dapat mencari tahu dari MUA favorit mereka. Ini membantu dalam memperkirakan gaya make up yang cocok dengan karakteristik masing-masing individu. Dengan demikian, memiliki ciri khas sendiri sebagai seorang MUA menjadi penting karena memudahkan klien untuk mengidentifikasi gaya yang mereka sukai. Hal ini juga berdampak positif pada keputusan pembelian konsumen, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian oleh Erfiana (2017:09).



3. Profesional dan Totalitas

Menurut penelitian Murphy dalam Nursalina (2018:18), kesuksesan bisnis dapat dicapai melalui komitmen terhadap pelayanan dan kualitas, yang meliputi profesionalisme dan totalitas. Profesionalisme berarti memiliki keandalan dan keahlian dalam menjalankan tugas dengan kualitas tinggi, tepat waktu, dan mudah dipahami oleh pelanggan. Sementara totalitas kerja adalah motivasi dan pusat pikiran positif yang ditandai oleh dedikasi, keterlibatan, dan semangat.

Profesionalisme dan totalitas dalam bekerja penting juga bagi seorang MUA. Mereka harus menjaga mood dan bersikap profesional agar hasil riasannya sesuai dengan harapan klien. Ryan Ogilvy, seorang MUA asal Jakarta, menekankan pentingnya menjaga suasana hati positif saat merias klien, karena suasana hati klien dapat memengaruhi hasil makeup. Ifan Rivaldi, MUA juga menyarankan untuk berdiskusi dengan klien terlebih dahulu mengenai keinginan mereka, sementara Bubah Alfian menekankan pentingnya membangun chemistry agar klien merasa nyaman saat dirias.

Selain itu, MUA juga harus mengikuti keinginan klien dan menanamkan sikap totalitas dalam menjalankan tugas. January Christy dan Dany Barca, MUA, menekankan bahwa totalitas adalah kunci untuk mempertahankan bisnis dan memberikan yang terbaik kepada klien. Dengan profesionalisme dan totalitas, MUA dapat membangun kepercayaan klien, meningkatkan semangat kerja, dan memperkuat usaha mereka.

4. Selalu Asah Skill Make Up dan Mencari Pengalaman

Menurut Muhyi dan Sustanto dalam Iskandar (2020:16-17), pengalaman dan keterampilan sama-sama penting untuk kesuksesan seseorang sebagai pekerja lepas. MUA yang sukses di Indonesia terus belajar dan mengumpulkan pengalaman dalam merias wajah sebanyak mungkin. Meskipun mereka sudah senior dan profesional, mereka terus berlatih secara teratur. Dalam video "Curhatan and Story of a Makeup Artist!" yang diunggah di YouTube pada 4 Oktober 2018, MUA dari Jakarta, Fauzia Hanum, mengatakan bahwa sering melakukan riasan membantu melatih tangan, yang menghasilkan riasan yang lebih halus dan mulus. Dalam wawancara dengan Yeppeo Channel pada 18 Juli 2019, Dini Nurdiani, seorang MUA dari Jakarta, mengatakan bahwa latihan adalah kunci kesuksesan sebagai MUA. Dia juga mengatakan bahwa dengan berlatih secara teratur, teknik riasannya akan menjadi lebih baik.

Selain mengasah keterampilan, latihan yang terus-menerus juga membantu MUA mengumpulkan pengalaman merias berbagai bentuk dan kondisi wajah. Anpa Suha, MUA asal Jakarta, dalam wawancara bersama SOSOK, menyarankan para MUA pemula untuk tidak terlalu fokus pada bayaran saat



masih mencari pengalaman. Fokus pada pengalaman dan keterampilan akan mendorong perkembangan karir sebagai MUA.

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengalaman dan keterampilan yang diasah, MUA akan lebih mampu memilih teknik yang tepat untuk berbagai tipe kulit dan bentuk wajah klien. Ini akan meningkatkan peluang keberhasilan dalam merias, yang pada akhirnya akan menumbuhkan kepercayaan klien untuk menggunakan jasa MUA tersebut.

5. Selalu Update Perkembangan *Trand Make Up* (Inovasi)

Menurut penelitian Pertiwi (2017:64), inovasi berpengaruh positif pada kinerja penjualan, sehingga pemilik usaha perlu memperhatikan inovasi untuk mencapai tujuan mereka. Dalam dunia kecantikan, tren makeup selalu berkembang, sehingga MUA perlu terus memperbarui pengetahuan dan mengikuti tren terbaru. Fauziahannummakeup (2018) menekankan pentingnya pembaruan ilmu makeup, yang bisa dilakukan melalui tutorial di YouTube atau kelas privat.

Iren Aldriana menekankan perlunya pemikiran terbuka dan kemauan belajar dari MUA lain, baik senior maupun junior, untuk tetap up-to-date. Nanath Nadia juga menyatakan bahwa MUA harus terus belajar dan meningkatkan keterampilan agar bisnis mereka bertahan. Menurutnya, seorang MUA yang mengikuti tren terbaru dan terus belajar akan lebih diminati oleh konsumen. Kesimpulannya, mengikuti perkembangan tren makeup sangat penting bagi MUA. Konsumen cenderung memilih MUA yang up-to-date dengan tren terbaru. Dengan demikian, MUA yang mengikuti perkembangan tren memiliki peluang lebih besar untuk berinovasi dan menarik minat konsumen.

6. Memiliki Attitude Yang Baik

Menurut penelitian Luch dalam Nursalina (2018:18), kemampuan usaha, termasuk sikap (attitude), adalah faktor penting dalam menentukan kesuksesan usaha. Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak, berpikir, dan merasa dalam menghadapi gagasan, objek, nilai, atau keadaan tertentu. Ini bukan perilaku itu sendiri, tetapi kecenderungan untuk bertindak terhadap objek sikap, yang bisa berupa benda, orang, ide, tempat, kelompok, atau keadaan (Sobur, 2016).

Faktor-faktor seperti profesionalisme dan keseluruhan berarti bahwa MUA harus profesional dan ramah terhadap pelanggan, terlepas dari bagaimana mereka. Menurut Ira Makeup Henna Aceh (2020), MUA tidak hanya perlu belajar tentang makeup tetapi juga belajar cara menangani berbagai karakter. Seorang MUA harus ramah dan tidak hanya mengandalkan keterampilan makeup mereka. MUA perlu belajar bagaimana berinteraksi dengan pelanggan jika mereka ingin bisnis mereka tetap memberikan pelayanan makeup. Salah



satu alasan mengapa pelanggan memilih MUA untuk makeup mereka adalah sikap ramah mereka.

7. Memiliki Niat dan Percaya Diri

Menurut Deri et al. (2016:990), semakin besar niat berwirausaha seseorang, semakin besar kesempatan untuk mencapai tujuan usaha. Niat berwirausaha mencakup kemauan, ketertarikan, kesiapan untuk bekerja keras, dan keinginan kuat untuk mandiri serta memenuhi kebutuhan hidup, tanpa takut pada risiko yang mungkin muncul, dan belajar dari kesalahan (Santoso dan Oetomo, 2017). Dengan niat berwirausaha, usaha akan terus berjalan meskipun ada rintangan, dengan tetap mengingat niat awal saat membangun usaha.

Dean, seorang MUA asal Jakarta, menyatakan bahwa dengan niat, segala sesuatu akan berjalan sesuai keinginan karena kesuksesan adalah kesempatan bagi semua orang (Wawancara oleh BdgReviewCh, 28 Februari 2017). Selain niat, MUA juga harus percaya pada kemampuan dirinya saat merias klien. Mardiyatmo (2004) dan Tohar (2007) menyatakan bahwa individu yang berwirausaha perlu memiliki rasa percaya diri.

Banyak orang menganggap bahwa kualitas hasil makeup tergantung pada Banyak orang percaya bahwa kualitas makeup tergantung pada merek makeup yang digunakan oleh MUA, dan bahwa merek yang lebih mahal berarti hasil yang lebih baik. Namun, keterampilan atau kemampuan untuk menyesuaikan riasan oleh MUA sangat penting untuk hasil riasan yang sempurna. Hal ini berkaitan dengan pentingnya belajar teknik makeup untuk meningkatkan dan mengembangkan keterampilan mereka. "Dewinya ada di tanganmu, bukan di merekmu," kata Dean dalam wawancara yang sama, menekankan bahwa MUA harus percaya pada kemampuan mereka sendiri dan bukan pada merek makeup. Alih-alih fokus pada merek makeup yang digunakan, MUA harus membuat pelanggan percaya pada keterampilan MUA. Akibatnya, kepercayaan diri MUA menjadi kunci kesuksesan bisnis makeup.

8. Memiliki Mental Kuat dan Sabar Serta Pantang Menyerah

Menekuni usaha di bidang jasa berarti sering bertemu dengan konsumen yang memiliki berbagai karakter. Ada konsumen yang cerewet dan banyak permintaan, namun ada juga yang lebih mudah menerima dan tidak banyak tuntutan. Menurut Ryan Ogilvy, klien bukanlah raja atau ratu, melainkan sahabat yang harus diperlakukan dengan baik. Jika bertemu klien yang rewel, anggaplah mereka sedang PMS dan jangan dimasukkan ke hati (Wawancara oleh NOVA, 05 Maret 2019).

Setiap konsumen berhak mendapatkan pelayanan terbaik. Namun, perbedaan sifat manusia menyebabkan perbedaan perilaku dan perlakuan mereka terhadap orang lain. Oleh karena itu, MUA harus memiliki mental baja, sabar, dan pantang menyerah saat menghadapi klien. MUA perlu memiliki



daya juang yang tinggi agar tidak mudah terpuruk. Hal ini penting karena penelitian oleh Nurafni (2020) menunjukkan bahwa sikap pantang menyerah memiliki pengaruh positif terhadap kesuksesan usaha.

9. Konsisten dan Rendah Hati

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah (2019:85), ada tiga hal yang sangat penting untuk kesuksesan dalam sebuah usaha: konsistensi, pemahaman terhadap diri sendiri, dan ketekunan. Menurut Anpa Suha, seorang MUA hanya bisa berhasil jika mereka konsisten, sabar, dan gigih. Tidak hanya harus konsisten, tetapi MUA juga harus ramah terhadap MUA lainnya. Hal ini termasuk menghindari mengkritik riasan dari MUA lain, karena setiap MUA harus terus belajar dan tidak boleh merasa bahwa pekerjaan mereka yang terbaik.

Dari beberapa faktor diatas, poin utama menjadi investasi karir seorang MUA adalah Pelatihan dan sertifikasi. Menjadi MUA yang sukses memerlukan lebih dari sekadar bakat alami; pelatihan formal memberikan kesempatan untuk mengasah keterampilan, mempelajari teknik makeup yang lebih kompleks, dan mengikuti tren terbaru dalam industri kecantikan. Selain itu, pelatihan juga membuka akses kepada mentor profesional yang dapat memberikan bimbingan berharga. Sertifikasi, di sisi lain, meningkatkan kredibilitas seorang MUA dengan menunjukkan bahwa mereka telah mencapai standar tertentu dalam keterampilan dan pengetahuan mereka. Ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan klien tetapi juga memperluas peluang karir, karena banyak salon, studio, dan agensi lebih memilih atau bahkan mensyaratkan MUA yang memiliki sertifikasi resmi. Dalam pasar yang kompetitif, sertifikasi dapat menjadi pembeda penting yang menunjukkan dedikasi dan profesionalisme. MUA dapat mempertimbangkan berbagai jenis pelatihan dan sertifikasi, mulai dari kursus dasar makeup, spesialisasi dalam area tertentu, hingga workshop dan seminar yang diajarkan oleh ahli industri terkenal. Investasi dalam pelatihan dan sertifikasi bukan hanya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, tetapi juga membuka pintu bagi peluang karir yang lebih baik dan meningkatkan kredibilitas di mata klien. Bagi mereka yang serius menekuni karir sebagai MUA, pelatihan dan sertifikasi adalah langkah penting menuju kesuksesan.

KESIMPULAN

Pentingnya pengembangan keterampilan dan identitas unik bagi seorang *Make Up Artist* (MUA), strategi untuk membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan klien, serta peran niat, sikap, dan konsistensi dalam kesuksesan seorang wirausahawan. Selain itu, pembahasan juga meliputi perlunya pelatihan formal dan sertifikasi dalam mengembangkan karir seorang MUA. Dari semua ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam industri kecantikan memerlukan kombinasi antara keterampilan teknis yang kuat, kreativitas, komunikasi yang baik dengan klien, dan pendekatan yang profesional dalam menjalankan bisnis. Investasi dalam pengembangan diri, baik melalui pelatihan formal maupun pengalaman praktis,



merupakan langkah penting dalam membangun karir yang sukses dan berkelanjutan sebagai seorang MUA.

REFERENSI

- Abdillah, W. &. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Pengambilan Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 312.
- Antari, N. N. (2020). Strategi Pemasaran Wedding Packages pada My Wedding Organizer. *Journal Of Applied Management and Accounting Science*.
- Astuti, M. &. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Desfrida, M. &. (2020). Analisis Penerepan 7P pada Usaha Mua. *Jurnal Pendidikan Akutansi*.
- Dini, Y. (2019). *Ini Alasan Kenapa Profesi MUA Makin Diburu Kaum Milenial di 2019*. Retrieved from <https://www.beritabaik.id/read?editorialSlug=gaya-hidup&slug=1547458681911-ini-alasan-kenapa-profesi-mua-makin-diburu-kaum-milenial-di-2019>
- Deri, Erri Nugraha., dkk. 2016. Niat Berwirausaha dikalangan Mahasiswa. *E-journal*, 5(2), 985-1013.
- Fikri, C. (2019). *Profesi Makeup Artist Kerap Diminati Generasi Milenial*. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/587879/profesi-makeup-artist-kian-diminati-generasi-milenial>
- Iskandar. (2018). *Mudahnya Panggil Makeup Artist Profesional Lewat Aplikasi Ini*. Retrieved from <https://m.liputan6.com/tekno/read/3801943/mudahnya-panggil-makeup-artist-profesional-lewat-aplikasi-ini>
- Iskandar, Keke Arnesia. 2020. Pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. *E-journal*, 21(1), 14-20.
- Ismayanti, H. A. (2023). *Penerapan Bauran Pemasaran pada Usaha Jasa "Eka Make Up" Art dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Ponorogo: Etheses.Iainponorogo.
- Kotler, P. &. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusantati, H., & dkk. (2008). *Tata Kecantikan Kulit Jilid 2*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Lababa, S., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2021). Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *JIAGABI*.
- Mamonto, F. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*.
- Muthi'ah, W., & dkk. (2017). Tinjauan Desain Beauty Case di Kalangan Makeup Artist Jakarta. *E-journal*.
- M Tauf'q Amir. 2012. Passion, Engagement dan Thriving Saat Bekerja Memaksimalkan Potensi Individu



- Nugroho, R., & Japarianto, E. (2013). Pengaruh People, Physical, Evidence, Product, Promotion, Price, dan Place terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffe Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence) 7P di PD Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*.
- Nursalina. (2018). aktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar. *Skripsi, Universitas Negeri Makassar*.
- 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*.
- Nurjannah, Riha. 2019. *Rahasia Kesuksesan Usaha*. Skripsi. Semarang: Universitas Semarang.
- Pertiwi, Dian Hana. 2017. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Penjualan Pada Usaha Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Bantul. *Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma*.
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Literasi*.
- Susanto, V. A. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Menggunakan Marketing Mix pada Event Organizer (Studi pada Event Organizer Cipayung Jakarta Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis, 107*.
- Tambunan, Formaida. 2018. Pengaruh Percaya Diri dan Tekad yang Kuat terhadap Berwirausaha. *E-journal, 8(2), 157-162*.
- Wahyuningrum, D., & Mujiati. (2020). Instagram: Integrated Marketing Communication (IMC) Sebagai Strategi Penjualan Bagi Makeup Artis (MUA). *E-journal*.
- Wella, M. (2020). *Tips Rintis Karir Sebagai Makeup Artis Pemula Ala MUA Ikawati Fitri dari Ikea Makeover*. Retrieved from <https://www.diadona.id/beauty/mua-ikawati-fitria-dari-ikea-makeover>