

Analisis tentang Inovasi Usaha Jasa *Make Up* Alumni Tata Rias dan Kecantikan Angkatan 2017

Engla Desita Sopes¹, Muharika Dewi²

¹²Program Studi Pendidikan Tata Rias Dan Kecantikan, Universitas Negeri Padang
e-mail: muharikadewi@fpp.aunp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fakta yang ditemukan bahwa MUA alumni tata rias kecantikan memulai usaha tanpa mau melakukan penemuan baru, tidak adanya penambahan modal selama menjalankan usaha, dan hanya mutlak meniru usaha yang sudah ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi usaha jasa make up alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017 yang ditinjau dari indikator penemuan, pengembangan, duplikasi dan sistensi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah Inovasi jasa make up alumni tata rias angkatan 2017 ditinjau dari indikator penemuan berada pada kategori sedang, diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 76%, ditinjau dari indikator pengembangan berada pada kategori sedang diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 74%, ditinjau dari indikator duplikasi berada pada kategori sedang, diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 77%. dan ditinjau dari indikator sistensi berada pada kategori tinggi, diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 85% . Disarankan hasil penelitian bisa dijadikan sebagai bahan referensi yang nantinya akan memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

Kata kunci: *Inovasi Usaha, Jasa Make Up*

Abstract

This research is motivated by the fact that it was found that MUA cosmetology alumni started businesses without wanting to make new discoveries, there was no additional capital during running the business, and they only absolutely copied existing businesses. This study aims to find out the innovation of the make-up service business for cosmetology and beauty alumni of the class of 2017 in terms of the indicators of discovery, development, duplication and persistence. This type of research is descriptive with quantitative methods. The results of this study are the make-up service innovation for cosmetology alumni class of 2017 in terms of the discovery indicator which is in the medium category, obtained through the respondent's achievement level (TPR) value of 76%, in terms of development indicators it is in the medium category obtained through the respondent's achievement level value (TPR) of 74%, in terms of the duplication indicator is in the medium category, obtained through the

value of the respondent's achievement level (TPR) of 77%. and in terms of persistence indicators are in the high category, obtained through the value of the respondent's achievement level (TPR) of 85%. It is suggested that the research results can be used as reference material which will later provide comparisons in conducting research in the same field in the future.

Keywords: *Business Innovation, Make Up Services*

PENDAHULUAN

Tata rias wajah atau bisa disebut juga dengan *makeup* merupakan salah satu kebutuhan bagi kaum wanita untuk mempercantik diri. Beberapa wanita rela menyempatkan waktu untuk memoles wajahnya agar terlihat cantik bahkan ada juga yang rela menyisihkan uang untuk menyewa *makeup artist*, *makeup artist* merupakan alah satu usaha yang bergerak di bidang jasa. Hal ini membuat industri di bidang tata rias semakin berkembang. Perkembangan ini tentu dapat menjadi peluang bisnis bagi beberapa orang termasuk bagi mahasiswa tata rias dan kecantikan.

Menurut Hayatunnufus (2013:5) tata rias wajah merupakan sebuah seni yang bertujuan untuk mempercantik wajah dengan cara menojolkan bahagian-bahagian yang sudah indah dan menyamarkan atau menutupi kekurangan pada wajah sehingga terkesan ideal. Tata rias wajah merupakan suatu seni yang dapat mengubah bentuk wajah ke arah yang lebih cantik dan menonjolkan bahagian-bahagian yang indah.

Semakin banyaknya kebutuhan masyarakat akan tata rias wajah maka semakin banyak juga *makeup artist* yang ada pada saat ini. Selain untuk menghasilkan uang, bekerja sebagai *makeup artist* merupakan salah satu cara untuk menyalurkan *hobby* dan *passion* di dunia seni maupun kecantikan. 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).

Tingginya minat untuk meniti karir sebagai *makeup artist*, maka semakin banyak pesaing yang harus dihadapi oleh *makeup artist*. Oleh karena itu *makeup artist* dituntut untuk dapat berpikir kreatif dan inovatif agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasanya sehingga jasa miliknya dapat terus bertahan dan mampu menyaingi *makeup artist* lainnya.

Inovasi merupakan sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Walaupun ide tersebut telah lama ada namun ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Apalagi saat ini sudah banyak yang memulai usaha jasa *makeup artist*, maka *makeup* atau pelayanan yang ditawarkan harus mempunyai inovasi atau memiliki hal yang istimewa dibandingkan dengan *makeup artist* lainnya.

Menurut suryana (2014:75) inovasi dikategorikan dalam 4 kategori, yaitu Penemuan, pengembangan, duplikasi dan sistensi. Penemuan bahwa pencarian pengetahuan secara aktif oleh manusia dan dengan sendirinya memberikan hasil yang paling baik. Berusaha untuk mencari pemecahan masalah serta pengetahuan yang menyertainya, menghasilkan

pengetahuan yang benar-benar bermakna (Dahar, 2006, h.79). Pengembangan merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen (Afifah dalam Putri dkk :2015:45). kreatifitas kewirausahaan dalam melakukan duplikasi pada usaha yaitu tahap imitasi, tahap pengembangan, dan tahap menciptakan (Suryana (2006). Dan sistensi merupakan gabungan atau perpaduan sebuah konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Dengan demikian inovasi merupakan suatu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sistensi untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan, agar pelanggan tidak selalu mengkonsumsi produk yang sama dari waktu ke waktu. Sebagai seorang yang punya usaha dibidang kecantikan harus bisa menguasai inovasi dalam menjalankan usaha di abad 21 dengan menerapkan tahapan-tahapan inovasi yaitu dengan melakukan penemuan, pengembangan, duplikasi dan sistensi agar usaha yang sedang dijalankan dapat bertahan dan berkembang, demikian juga dengan alumni tata rias angkatan 2017 yang menjalankan usaha jasa make up.

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada tanggal 20 november 2022 dengan cara melakukan wawancara kepada 5 orang alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017 ditemukan fakta bahwa banyak yang telah memulai usaha jasa make up, namun mereka hanya mengikuti *trend* make up yang dilakukan oleh *make up artist* ternama tanpa mau melakukan penemuan baru karena tidak adanya minat untuk melakukan percobaan atau eksperimen untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain. Selanjutnya dari hasil wawancara juga didapatkan bahwa tidak terjadinya pengembangan dalam menjalankan usaha dengan dibuktikan dengan tidak bertambahnya modal usaha dan tidak adanya peningkatan kemampuan finansial dalam satu tahun menjalani usaha make up serta keuntungan yang didapat tidak meningkat. Selanjutnya untuk duplikasi, alumni hanya mutlak meniru bentuk usaha make up yang sudah ada tanpa adanya melakukan inovasi dengan cara mengembangkan dan menciptakan sesuatu yang baru, sementara untuk menduplikasi harus melakukan sebuah pengembangan dan melakukan penciptaan namun hal tersebut tidak ditemukan saat penulis melakukan observasi wawancara. Yang ada alumni hanyalah melakukan tahap meniru tanpa melakukan pengembangan dan mencipta sesuatu yang berbeda dari baik dari model make up maupun strategi-strategi bisnis yang sudah ada. Yang terakhir sistensi atau pepaduan konsep. Dari hasil wawancara alumni tiak melakukan perpaduan atau menggabungkan dua konsep dalam melakukan kreasi *make up*, alumni hanya terpaku pada satu model *make up* yang dijadikan referensi. Seharusnya sebagai seorang lulusan tata rias dan kecantikan, alumni diharapkan bisa melahirkan ide-ide yang dapat menyempurnakan satu konsep *make up* yang sudah ada menjadi lebih baik lagi.

Oleh karena itu, upaya yang dapat dilakukan oleh alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017 yang sedang menjalankan usaha jasa make up untuk dapat bersaing dalam dunia usaha di abad 21 ini harus memiliki inovasi usaha yang mumpuni. Untuk mengetahui bagaimana inovasi jasa make up alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017 yang saat ini sedang berjalan, maka penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Tentang Inovasi Usaha Jasa Make Up Alumni Tata Rias Dan Kecantikan Angkatan 2017."

METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:15) mengemukakan bahwa “ metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian dilakukan melalui google form dan dilakukan setelah seminar. Populasi penelitian adalah mahasiswa tata rias dan kecantikan angkatan 2017, dan sampelnya adalah MUA alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017. Instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif Data

Penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu inovasi usaha. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dari responden yakni alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017 yang bekerja sbagai MUA sebanyak 47 orang. Dari 70 pernyataan atau pertanyaan yang diajukan didapatkan hasil 60 pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid dan 10 tidak valid. berikut analisis deskriptif variabel inovasi usaha:

Tabel 1. Deskriptif Variabel Inovasi Usaha
Statistics

total_X		
N	Valid	47
	Missing	28
Mean		2.2928E2
Median		2.3100E2
Mode		217.00 ^a
Std. Deviation		2.88404E1
Variance		831.770
Range		144.00
Minimum		156.00
Maximum		300.00
Sum		10776

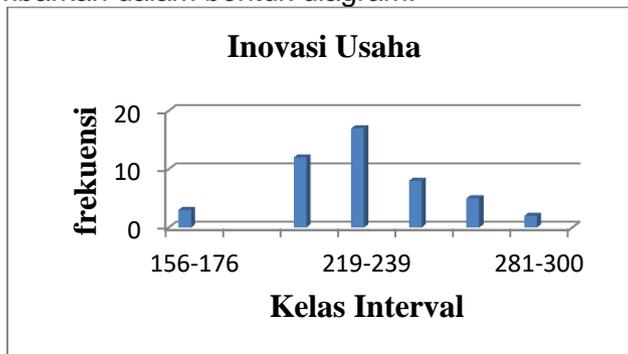
Berdasarkan tabel diatas, variabel inovari usaha memperoleh nilai minimum sebesar 156, maksimum 300, range 144 dan total 10776. Berikut analisis deskriptif data variabel inovasi usaha:

Tabel 2. Analisis Deskriptif Inovasi Usaha

BK	Kelas Interval	F	% f
1	156-176	3	6%
2	177-197	-	-
3	198-218	12	25%

4	219-239	17	36%
5	240-260	8	17%
6	261-281	5	11%
7	281-300	2	4%
TOTAL		47	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 17 orang (36%) yang terdapat pada kelas interval 219-239. Untuk lebih jelasnya, berikut digambarkan dalam bentuk diagram:



Gambar 1. Diagram Analisis Deskriptif Data Inovasi Usaha

Rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) inovasi usaha dijelaskan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{TPR} &= \frac{\text{perolehan skor}}{\text{jumlah skor tertinggi ideal}} \times 100\% \\
 &= \frac{10776}{5 \times 60 \times 47} \times 100\% \\
 &= 76\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan persentase tersebut, tingkat pencapaian responden diperoleh sebesar 76% dengan kategori sedang. Berikut uraian analisis deskriptif inovasi usaha untuk masing-masing indikator:

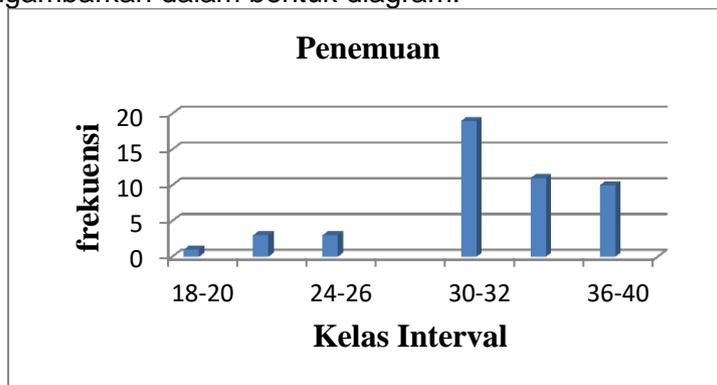
a. Indikator Penemuan

Data indikator penemuan diambil dari hasil pengisian angket oleh 47 responden yang berisi 8 butir pernyataan/pertanyaan valid. Berikut analisis deskriptifnya:

Tabel 3. Analisis Deskriptif Penemuan

BK	Kelas Interval	F	% f
1	18-20	1	2,12%
2	21-23	3	6,38%
3	24-26	3	6,38%
4	27-29	-	
5	30-32	19	40,42%
6	33-35	11	23,40%
7	36-40	10	21,27%
Total		47	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 19 orang (40,42%) yang terdapat pada kelas interval 30-32. Untuk lebih jelasnya, berikut digambarkan dalam bentuk diagram:



Gambar2. Diagram Analisis Deskriptif Penemuan

Rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) indikator penemuan dijelaskan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{TPR} &= \frac{\text{perolehan skor}}{\text{jumlah skor tertinggi ideal}} \times 100\% \\
 &= \frac{1486}{5 \times 8 \times 47} \times 100\% \\
 &= 79\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan persentase tersebut, tingkat pencapaian responden diperoleh sebesar 76% dengan kategori sedang.

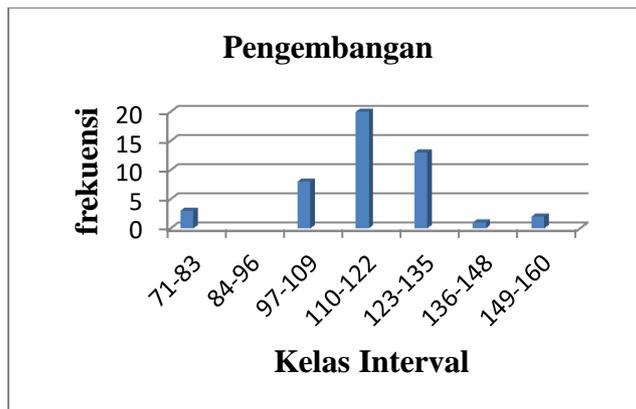
b. Indikator Pengembangan

Data indikator pengembangan diambil dari hasil pengisian angket oleh 47 responden yang berisi 32 butir pernyataan/pertanyaan valid. Berikut analisis deskriptifnya:

Tabel 4. Analisis Deskriptif Pengembangan

BK	Kelas Interval	F	% f
1	71-83	3	6,38%
2	84-96	-	
3	97-109	8	17,02%
4	110-122	20	42,55%
5	123-135	13	27,65%
6	136-148	1	2,12%
7	149-160	2	4,25%
Total		47	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 20 orang (42,55%) yang terdapat pada kelas interval 110-122. Untuk lebih jelasnya, berikut digambarkan dalam bentuk diagram:



Gambar 3. Diagram Analisis Deskriptif Data Pengembangan

Rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) indikator pengembangan dijelaskan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{TPR} &= \frac{\text{perolehan skor}}{\text{jumlah skor tertinggi ideal}} \times 100\% \\
 &= \frac{5543}{5 \times 32 \times 47} \times 100\% \\
 &= 74\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan persentase tersebut, tingkat pencapaian responden diperoleh sebesar 74% dengan kategori sedang.

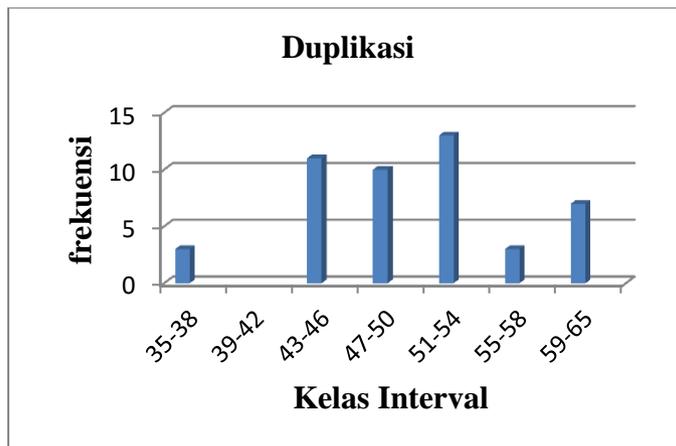
c. Indikator Duplikasi

Data indikator duplikasi diambil dari hasil pengisian angket oleh 47 responden yang berisi 13 butir pernyataan/pertanyaan valid. Berikut analisis deskriptifnya:

Tabel 5. Analisis Deskriptif Duplikasi

BK	Kelas Interval	F	% f
1	35-38	3	6,38
2	39-42	-	-
3	43-46	11	23,40
4	47-50	10	21,27
5	51-54	13	27,65
6	55-58	3	6,38
7	59-65	7	14,89
Total		47	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 11 orang (23,40%) yang terdapat pada kelas interval 43-46. Untuk lebih jelasnya, berikut digambarkan dalam bentuk diagram:



Gambar 3. Analisis Dskriptif Data Duplikasi

Rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) indikator duplikasi dijelaskan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{TPR} &= \frac{\text{perolehan skor}}{\text{jumlah skor tertinggi ideal}} \times 100\% \\ &= \frac{2354}{5 \times 13 \times 47} \times 100\% \\ &= 77\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan persentase tersebut, tingkat pencapaian responden diperoleh sebesar 77% dengan kategori sedang.

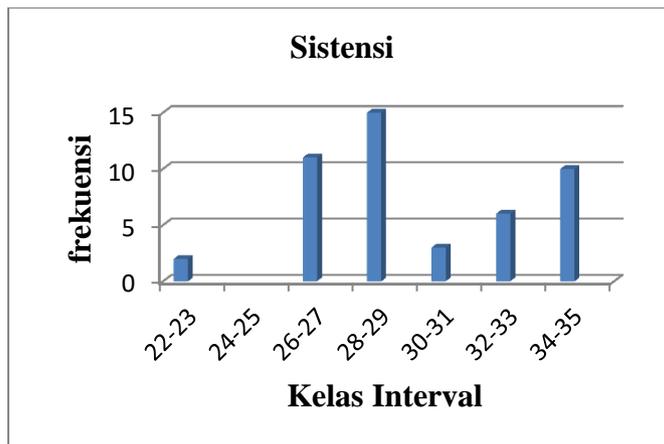
d. Indikator Sintesis

Data indikator sintesis diambil dari hasil pengisian angket oleh 47 responden yang berisi 7 butir pernyataan/pertanyaan valid. Berikut analisis deskriptifnya:

Tabel 6. Analisis Deskriptif Sintesis

BK	Kelas Interval	F	% f
1	22-23	2	4,25%
2	24-25	-	-
3	26-27	11	23,40%
4	28-29	15	31,91%
5	30-31	3	6,38%
6	32-33	6	12,76%
7	34-35	10	21,27%
Total		47	100

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 15 orang (31,91%) yang terdapat pada kelas interval 28-29. Untuk lebih jelasnya, berikut digambarkan dalam bentuk diagram:



Gambar 5. Diagram Analisis Deskriptif Data Sistensi

Rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) indikator sintesis dijelaskan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{TPR} &= \frac{\text{perolehan skor}}{\text{jumlah skor tertinggi ideal}} \times 100\% \\ &= \frac{1393}{5 \times 7 \times 47} \times 100\% \\ &= 85\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan persentase tersebut, tingkat pencapaian responden diperoleh sebesar 85% dengan kategori tinggi.

Pembahasan

1. Inovasi Jasa Make Up Alumni Tata Rias Angkatan 2017 Ditinjau Dari Indikator Penemuan

penemuan merupakan suatu prosedur mengajar yang mementingkan pengajaran perseorangan, manipulasi objek, percobaan dan lain-lain (Suryosubroto, 2002). Sebagai seorang MUA inovasi yang dilakukan pada indikator penemuan ini adalah bagaimana seorang MUA memecahkan masalah, mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara melakukan bereksperimen, melakukan percobaan dan intervensi dalam menginovasi usaha tata rias (*make up*) yang sedang dijalankan.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 19 orang (40,42%) yang terdapat pada kelas interval 30-32 dengan rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) diperoleh sebesar 76% dengan kategori sedang. Artinya MUA alumni tata rias angkatan 2017 tidak terlalu sering melakukan penemuan seperti bereksperimen, melakukan percobaan dan lain-lain.

2. Bagaimana Inovasi Jasa Make Up Alumni Tata Rias Angkatan 2017 Ditinjau Dari Indikator Pengembangan.

Pengembangan adalah wujud kesuksesan dalam berusaha yang dapat dilihat dengan jumlah penjualan yang semakin meningkat, kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada dan berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing, mempunyai

akses yang luas terhadap lembaga keuangan sehingga dapat meningkatkan pembiayaan usaha (Purwati :2012:20). Perkembangan usaha diukur melalui meningkatnya modal usaha, omzet usaha, dan keuntungan ((Ananda :2012:14).

Sebagai seorang MUA dikatakan telah melakukan inovasi usaha apabila dilihat dari indikator pengembangan adalah adanya penambahan modal berupa harta lancar berbentuk modal uang untuk mengembangkan usaha tata rias wajah (*make up*), meningkatnya omzet usaha dengan menggunakan strategi seperti menentukan target potensial, merencanakan promosi dan membuat paket-paket usaha dan keuntungan yang didapatkan akan meningkat seiring bertambah besar usaha tata rias (*make up*), meningkatnya umur usaha atau pengalaman dalam menjalankan usaha tata rias (*make up*), serta berkurangnya tingkat *leverage* atau hutang yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian untuk indikator pengembangan, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 20 orang (42,55%) yang terdapat pada kelas interval 110-122 dengan rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) diperoleh sebesar 74% dengan kategori sedang. Artinya inovasi usaha yang dilakukan oleh MUA alumni tata rias dan kecantikan angkatan 2017 ditinjau dari indikator pengembangan belum maksimal diterapkan dalam usaha yang sedang di jalankan.

3. Inovasi Jasa Make Up Alumni Tata Rias Angkatan 2017 Ditinjau Dari Indikator Duplikasi.

Duplikasi merupakan kegiatan meniru pada suatu objek yang sudah ada sebelumnya namun tidak secara keseluruhan melainkan menambah beberapa sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep yang sudah ada dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih unggul. Pada umumnya kreatifitas kewirausahaan dalam melakukan duplikasi pada usaha yaitu tahap imitasi, tahap pengembangan, dan tahap menciptakan (Suryana :2006).

Sebagai seorang MUA inovasi yang dilakukan sesuai indikator duplikasi yaitu imitasi berupa tindakan meniru seseorang baik itu sikap, pelayanan dalam usaha tata rias (*make up*) yang dilakukan orang lain, hasil *make up* serta apa saja yang dimiliki orang lain dalam menjalankan sebuah usaha, pengembangan usaha dengan cara banyak memperoleh informasi mengenai usaha tata rias (*make up*), dan adanya pengarahannya dan pedoman dalam mengembangkan usaha tata rias (*make up*) yang sedang dijalankan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden adalah 11 orang (23,40%) yang terdapat pada kelas interval 43-46 dengan rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) diperoleh sebesar 77% dengan kategori sedang. Artinya MUA alumni tata rias dan kecantikan belum melakukan inovasi secara maksimal ditinjau dari indikator duplikasi, karena MUA belum sepenuhnya menrapkan indikator tersebut dalam menjalankan usaha yang sedang dikelola.

4. Inovasi Jasa Make Up Alumni Tata Rias Angkatan 2017 Ditinjau Dari Indikator Sistensi.

Sistensi Merupakan perpaduan sebuah konsep yang sudah ada menjadi formulasi baru yang dilakukan dengan cara pengambilan sejumlah ide yang sudah ditemukan untuk kemudian dibentuk dan diubah menjadi sesuatu yang dapat diaplikasikan dengan cara baru (Wiranawata: 2019) . selain itu Sistensi juga menyempurnakan usaha yang ada, dengan memperbaiki usaha yang ada melalui ide-ide cemerlang yang untuk pembenahan yang lebih baik dari yang sebelumnya. Hal ini membuat hasil usaha akan semakin optimal (Widjaja:2019).

Sebagai seorang MUA inovasi usaha yang dapat dilakukan melalui indikator sistensi ini apabila memiliki imajinasi dan ide berupa gambaran serta visualisasi untuk menjalankan usaha tata rias (*make up*) yang sedang dikembangkan. Memiliki sifat proses kreatif yang dilihat bagaimana kepribadian dilingkungan, adanya pendorong sebagai motivasi dalam menginovasi usaha tata rias (*make up*), adanya proses dengan menyibukkan diri dengan menunjukkan cara berpikir untuk melakukan inovasi dalam menjalankan usaha tata rias (*make up*). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yang ditinjau dari indikator sintesis diketahui tingkat frekuensi jawaban tertinggi responden sebesar 15 orang (31,91%) yang terdapat pada kelas interval 28-29 dengan rata-rata skor tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 85% dengan kategori tinggi. Artinya MUA alumni jurusan tata rias dan kecantikan sudah melakukan inovasi usaha dengan cara menerapkan indikator sistensi dalam usaha tersebut.

SIMPULAN

Inovasi jasa *make up* alumni tata rias angkatan 2017 ditinjau dari indikator penemuan berada pada kategori sedang, yang diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 76%. Inovasi jasa *make up* alumni tata rias angkatan 2017 ditinjau dari indikator pengembangan berada pada kategori sedang, yang diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 74%. Inovasi jasa *make up* alumni tata rias angkatan 2017 ditinjau dari indikator duplikasi berada pada kategori sedang, yang diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 77%. Inovasi jasa *make up* alumni tata rias angkatan 2017 ditinjau dari indikator sistensi berada pada kategori tinggi, yang diperoleh melalui nilai tingkat pencapaian responden (TPR) sebesar 85% .

DAFTAR PUSTAKA

- Baharuddin, 2009. Pendidikan Dan Psikologi Perkembangan, Yogyakarta: Ar-Ruzz. Media
- Dalyono, M. (2012). Psikologi Pendidikan. Jakarta: RinekaCipta
- Dewi, Muharika et al. 2020. "The Effect of Mindset Personal on Behavior of Internet Entrepreneurship Students of Universitas Putra Indonesia Yptk Padang." *Sosiohumaniora* 22(1): 1.
- Dewi, Muharika, Kasman Rukun, and AgustiEfi. 2018. "Expert Validity Pada Pengembangan Model Pembelajaran Berbasis Proyek E Commerce Pada PembelajaranKewirausahaan." *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan* 1(2): 43–50.
- Dewi, Muharika. 2018. "Need Analysis Pengembangan Model Pembelajaran Berbasis Proyek E Commerce Pada Mata Kuliah Kewirausahaan." *Jurnal Pendidikan dan TeknologiInformasi* 5(1): 71–80.
- Dewi, Muharika. 2018. "Need Analysis Pengembangan Model Pembelajaran Berbasis Proyek E Commerce Pada Mata Kuliah Kewirausahaan." *Jurnal Pendidikan dan TeknologiInformasi* 5(1): 71–80.
- Dewi, Muharika, Purwanti Endah Rahayu, Elmi Rahmawati, Vivi Puspita Sari, and Riri Putri Dika. 2020. "Pengaruh Mind Set Dan Motivasi Wirausaha Pilihan Karir Mahasiswa Universitas Putra Indonesia 'YPTK' Padang." 1(1): 85–90.

- Dewi1, Muharika, Riri Putri Dika2, and Vivi Puspita Sari3. 2013. "Pengaruh Locus of Internal Control Terhadap Kemampuan Mempertahankan Bisnis Wirausaha Mikro Di Masa Pandemi Covid-19." 2(5): 107–12.
- Hayatunnufus. 2013. Tata Rias Wajah. Padang. UNP Press
- Kasmir. 2006. Kewirausahaan. Penerbit : PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. 2007. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs", *Journal of Business Venturing*, page: 592-611.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.
- Margono. 2003. Metodologi Penelitian Kependidikan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Meredith, Geoffrey G., Nelson, Robert E., & Neck, Phillip A. 2002. Kewirausahaan. Teori dan Praktek (The Practice of Entrepreneurship). Jakarta: Penerbit PPM
- Muhammad Ridwan, MuharikaDewi et al. 2017. Buku Ajar Kewirausahaan Buku Ajar KEWIRAUSAHAAN. ed. MuharikaDewi.
- Muharika, & Mulyani, S. R. (2019). Wirausaha Internet Buku Ajar Alternatif. CV MuharikaRumahlmiah. http://repository.upiyptk.ac.id/2957/1/BUKU_AJAR_WIRAUSAHA_INTERNET_UPI_YPTK.pdf
- Rajagukguk, Zantermans .2016. Karakteristik Kewirausahaan Pengusaha Kecil Dan Strategi Pengembangan Usahanya Di Masa Depan: Studi Kasus Pengusaha Pakaian Jadi Di Depok. *Jurnal Kependudukan Indonesia | Vol. 11 No. 1 Juni 2016 | 49-62.*
- Safira, Aninda Nur, Sri Dwiyantri, Dindy Sinta Megasari, and Arita Puspitorini. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia Dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup." *E-Journal Volume 10: 165–76.*
- Sugiyono dan Susanto, Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel, Bandung: Alfabeta, 2015
- Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, Bandung: Alfabeta, Cetakan Kelima, 2013
- Suryana. 2006. Kewirausahaan. Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta : Salemba Empat.
- Suryana. 2014. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Bandung: Alfabeta
- Toha, M. Chabib. Kapita Selekta Pendidikan Islam. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1996
- Wesnita, Alvia, Muharika Dewi, and Surfa Yondri. 2017. "The Effect of Experiential Learning Models on Entrepreneurship Interest on Optical Technology for Students of Akademi Refraksi Optisi Padang." (August 2015).
- William D. Bygrave, The Portable MBA in Entrepreneurship..., hlm. 5
- Winardi, J. (2008). Motivasi dan Pemasukan dalam Manajemen. Jakarta: Rajawali Pers.