

Beautypreneur Muda Membangun Skill Kecantikan Sebagai Peluang Usaha Remaja

**M. Fikry Hadi¹, Dwi Widiarsih², Ranti Darwin^{*3}, Muhammad Hidayat⁴,
Neng Murialti⁵, Mizan Asnawi⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: ¹fikrihadi@umri.ac.id, ²dwiwidiarsih@umri.ac.id, ^{*3}ranti.darwin@umri.ac.id,
⁴m.hidayat@umri.ac.id, ⁵neng.murialti@umri.ac.id, ⁶mizan.asnawi@umri.ac.id

Article History

Received: 20 Mei 2026

Revised: 15 Juni 2026

Accepted: 30 Juli 2026

DOI: <https://doi.org/10.58794/jdt.v6i2.2185>

Keyword – Beautypreneur, Beauty Skills, Youth Entrepreneurship, Economic Empowerment, Local MSMEs

Kata Kunci – Beautypreneur, Keterampilan Kecantikan, Wirausaha Remaja, Pemberdayaan Ekonomi, UMKM Lokal

Abstract – This community service aims to equip youth in Pekanbaru, Riau, with beauty skills as sustainable business opportunities to support the local economy. The activity addresses low financial literacy and limited potential mapping among youth amid complex urban economic dynamics. Through intensive training using a Participatory Action Research (PAR) educational approach, community discussions (FGD), and hands-on practice, participants are equipped with comprehensive skills including basic makeup, skincare treatments, formulation of beauty products based on local Riau ingredients such as coconut oil and spices, as well as beautypreneur business management from simple financial recording to digital marketing through platforms like Shopee and TikTok Shop. The program results in improved household financial literacy understanding, enhanced ability to identify personal economic potential through family mapping, and high motivation to develop home-based beauty businesses where most participants start independent businesses with ready-to-sell products. The activity also strengthens social networks among participants as sustainable social capital, confirming that integrating practical beauty skills with financial literacy and family resource management is an effective strategy to build youth economic resilience and make real contributions to local creative economy development.

Abstrak – Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membekali remaja di wilayah Pekanbaru, Riau, dengan keterampilan kecantikan (beauty skills) sebagai peluang usaha berkelanjutan dalam mendukung ekonomi lokal. Kegiatan pengabdian ini mengatasi rendahnya literasi keuangan dan minimnya pemetaan potensi remaja di tengah dinamika ekonomi kota yang kompleks. Melalui pelatihan intensif dengan pendekatan edukatif Participatory Action Research (PAR), diskusi komunitas (FGD), dan praktik langsung. Peserta dibekali keterampilan komprehensif meliputi *makeup* dasar, perawatan *skincare*, formulasi produk kecantikan berbasis bahan lokal Riau seperti minyak kelapa dan rempah, serta manajemen usaha *beautypreneur* mulai dari pencatatan keuangan sederhana hingga pemasaran digital melalui platform Shopee dan TikTok Shop. Program ini menghasilkan peningkatan pemahaman literasi keuangan rumah tangga, kemampuan mengidentifikasi potensi ekonomi pribadi melalui *family mapping*, serta motivasi tinggi mengembangkan usaha rumahan kecantikan di mana sebagian besar peserta memulai bisnis mandiri dengan produk siap jual. Kegiatan turut memperkuat jejaring sosial antar peserta sebagai modal sosial berkelanjutan, menegaskan bahwa integrasi *skill* kecantikan praktis dengan literasi keuangan dan pengelolaan sumber daya keluarga merupakan strategi efektif membangun ketahanan ekonomi remaja dan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi kreatif lokal.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki prospek menjanjikan. Fenomena tersebut ditandai dengan meningkatnya penggunaan produk *skincare*, kosmetik, serta layanan perawatan kecantikan di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Remaja saat ini tidak hanya memandang kecantikan sebagai bagian dari penampilan, tetapi juga sebagai bentuk kepercayaan diri dan gaya hidup modern. Perkembangan teknologi digital dan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan *YouTube* turut mempercepat pertumbuhan industri kecantikan karena banyaknya konten tutorial *makeup*, *skincare*, *beauty influencer*, dan promosi produk yang mudah diakses oleh remaja. Kondisi ini menyebabkan meningkatnya ketertarikan generasi muda terhadap bidang kecantikan serta membuka peluang usaha baru yang berbasis kreativitas dan keterampilan. Berdasarkan laporan tren industri kecantikan, generasi muda menjadi salah satu pasar terbesar dalam perkembangan bisnis kecantikan digital di Indonesia karena tingginya intensitas penggunaan media sosial dan ketertarikan terhadap konten visual [1]. Selain itu perkembangan industri kecantikan nasional juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa kecantikan berbasis digital dan personal branding [2].

Di tengah berkembangnya industri kecantikan tersebut, muncul berbagai isu yang berkaitan dengan kondisi remaja saat ini, khususnya terkait keterampilan kerja, produktivitas generasi muda, dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi kreatif. Sebagian besar remaja masih menggunakan media sosial hanya untuk hiburan dan aktivitas konsumtif, sementara kemampuan untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan usaha masih relatif rendah. Selain itu, keterbatasan akses pelatihan keterampilan produktif menyebabkan banyak remaja belum memiliki kemampuan praktis yang dapat dijadikan bekal dalam menciptakan peluang usaha mandiri. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri di tengah meningkatnya persaingan kerja dan kebutuhan akan sumber daya manusia yang kreatif serta inovatif. Menurut [3], pengembangan keterampilan kewirausahaan pada generasi muda sangat penting dalam menghadapi tantangan ekonomi dan meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar kerja di era digital. Hasil serupa dijelaskan oleh [4] bahwa pendidikan kewirausahaan dan pelatihan keterampilan praktis memiliki berpengaruh positif terhadap peningkatan kesiapan kerja dan minat berwirausaha generasi muda.

Isu lain yang berkembang adalah meningkatnya angka pengangguran usia muda dan kurangnya kesiapan remaja dalam menghadapi dunia kerja. Banyak remaja yang memiliki minat tinggi terhadap dunia kecantikan, namun belum diarahkan secara produktif melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan. Padahal, bidang kecantikan memiliki peluang usaha yang cukup besar karena permintaan masyarakat terhadap jasa dan produk kecantikan terus meningkat setiap tahun. Peluang usaha seperti *makeup artist*, *nail art*, *skincare consultant*, *beauty content creator*, hingga reseller produk kecantikan dapat menjadi alternatif usaha mandiri yang potensial bagi remaja. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan melalui kegiatan pelatihan yang mampu meningkatkan keterampilan praktis sekaligus membangun mental kewirausahaan generasi muda [5]. Selain itu, [6] menyatakan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis keterampilan dapat menjadi strategi efektif dalam mengurangi pengangguran usia muda dan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

Konsep *beautypreneur* menjadi salah satu solusi yang relevan dalam menjawab tantangan tersebut. *Beautypreneur* merupakan perpaduan antara keterampilan kecantikan dan kemampuan kewirausahaan yang dapat dikembangkan oleh generasi muda sebagai usaha kreatif berbasis jasa dan teknologi digital. Melalui konsep ini, remaja tidak hanya diajarkan keterampilan teknis seperti tata rias wajah, perawatan kulit, dan teknik kecantikan dasar, tetapi juga diberikan pemahaman mengenai pemasaran digital, komunikasi pelanggan, branding usaha, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi bisnis. Semakin berkembangnya *platform* digital saat ini, peluang usaha di bidang kecantikan menjadi semakin terbuka luas karena pemasaran dapat dilakukan secara *online* dengan biaya yang relatif rendah namun memiliki jangkauan pasar yang besar [7]. Menurut [8], digital *entrepreneurship* pada sektor kreatif berbasis media sosial mampu meningkatkan peluang usaha generasi muda karena memberikan akses pasar yang lebih luas dan fleksibel.

Lebih lanjut, [9] menjelaskan bahwa strategi *beautypreneur* berbasis digital marketing dan kolaborasi influencer mampu meningkatkan daya saing usaha kecantikan. Begitu juga [10] menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis kecantikan. Sementara itu, BPOM [11] melaporkan bahwa industri kosmetik nasional terus berkembang dan membuka peluang besar bagi wirausaha muda. Selain itu, [12] juga mengungkapkan bahwa Generasi Z mendominasi pasar kecantikan Indonesia sehingga memperbesar peluang usaha kecantikan digital. Selain itu, [13] menegaskan bahwa media sosial dan social commerce berperan penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen produk kecantikan lokal. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa penggunaan *engagement* konsumen dan memperkuat keberhasilan pemasaran produk kecantikan di kalangan generasi muda [14].

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB Universitas Muhammadiyah Riau dilaksanakan di Kelurahan Binawidya, Pekanbaru, sebagai upaya pemberdayaan remaja melalui pelatihan *beautypreneur*. Program ini melibatkan 25 remaja berusia 17–22 tahun yang sebagian besar merupakan pelajar dan mahasiswa dengan minat pada bidang kecantikan dan media sosial. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui *pre-test*, *post-test*, observasi praktik, dan kuesioner untuk mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi berwirausaha peserta. Keberhasilan program dinilai berdasarkan tingkat partisipasi, peningkatan pemahaman materi, kemampuan praktik kecantikan dasar, dan minat peserta untuk mengembangkan usaha di bidang *beautypreneur*.

Pentingnya kegiatan pengabdian ini terletak pada upaya membangun kesadaran remaja bahwa keterampilan kecantikan dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan apabila dikembangkan secara serius dan profesional. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis kecantikan, tetapi juga memberikan edukasi mengenai pentingnya kreativitas, inovasi, dan keberanian memulai usaha mandiri sejak usia muda. Pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan keterampilan dan kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta membantu masyarakat menghadapi tantangan ekonomi di era digital [3]. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan remaja mampu meningkatkan rasa percaya diri, keterampilan praktis, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi produktif.

Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan mampu menguasai keterampilan dasar kecantikan, memahami peluang usaha di bidang *beauty industry*, serta mengembangkan pola pikir kewirausahaan yang kreatif dan mandiri. Selain itu, peserta dibekali pemahaman mengenai pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha. Program ini diharapkan dapat mendorong lahirnya *beautypreneur* muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi serta berkontribusi dalam meningkatkan produktivitas dan kemandirian ekonomi masyarakat.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan remaja di bidang kecantikan melalui pelatihan dasar mengenai tata rias, perawatan wajah, dan pemanfaatan produk kecantikan secara tepat. Selain itu, kegiatan ini bertujuan menumbuhkan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) pada remaja melalui pengenalan konsep *beautypreneur* sebagai salah satu peluang usaha kreatif yang relevan dengan perkembangan industri kecantikan saat ini. Program pengabdian ini juga memberikan pemahaman kepada peserta mengenai peluang usaha di bidang jasa dan produk kecantikan yang memiliki prospek cukup besar di era digital, baik dalam bentuk jasa tata rias, penjualan produk kecantikan, maupun pembuatan konten kecantikan berbasis media sosial.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif dengan melibatkan tim dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Riau, mahasiswa, pihak Kantor Lurah Binawidya Pekanbaru, serta remaja sebagai peserta utama kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman praktik secara langsung kepada peserta melalui pelatihan keterampilan kecantikan dan pengenalan kewirausahaan berbasis digital. Melalui metode ini, peserta diharapkan mampu memahami peluang usaha di bidang kecantikan sekaligus memiliki keterampilan dasar yang dapat dikembangkan menjadi usaha mandiri.

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan melalui koordinasi awal antara tim pengabdian program studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMRI dengan pihak Kantor Lurah Binawidya untuk membahas berbagai aspek pelaksanaan kegiatan, seperti penentuan jadwal, jumlah dan kriteria peserta, lokasi kegiatan, serta kebutuhan sarana dan prasarana pelatihan agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan efektif. Pada tahap ini, tim pengabdian juga menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta dan perkembangan industri kecantikan, meliputi pengenalan konsep *beautypreneur* dan peluang usaha di bidang kecantikan, dasar-dasar keterampilan kecantikan, teknik tata rias sederhana, perawatan wajah dasar, penggunaan produk kecantikan yang aman, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran usaha. Selain penyusunan materi, dilakukan pula persiapan alat dan bahan praktik, media presentasi, serta modul pelatihan guna mendukung proses pembelajaran yang interaktif dan aplikatif. Tim pengabdian juga melakukan pembagian tugas kepada mahasiswa pendamping yang bertugas membantu administrasi kegiatan, mendampingi peserta selama sesi praktik, serta memberikan arahan teknis agar proses pelatihan berjalan lebih optimal. Di samping itu, tahap persiapan mencakup penyusunan mekanisme evaluasi kegiatan untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah

mengikuti pelatihan sehingga hasil kegiatan dapat dievaluasi sebagai bahan perbaikan program pengabdian selanjutnya.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kantor Lurah Binawidya Pekanbaru dengan sasaran utama para remaja di lingkungan sekitar sebagai upaya pemberdayaan generasi muda melalui pengembangan keterampilan dan jiwa kewirausahaan di bidang kecantikan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara terpadu dalam bentuk penyuluhan, pelatihan, demonstrasi, serta praktik langsung keterampilan kecantikan agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga memiliki kemampuan praktis yang dapat diterapkan secara langsung. Materi yang diberikan mencakup pengenalan peluang usaha di bidang *beauty industry*, pemahaman mengenai perkembangan tren kecantikan, teknik dasar makeup untuk kegiatan sehari-hari, perawatan wajah dasar, pemilihan dan penggunaan produk kecantikan yang aman, etika pelayanan pelanggan, serta strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana promosi usaha.

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim dosen berperan sebagai narasumber utama yang memberikan materi arahan, dan pembimbingan kepada peserta. Praktik kecantikan di arahkan langsung oleh instruktur kecantikan, sedangkan mahasiswa pendamping membantu proses pelatihan, mendampingi peserta selama sesi praktik, serta memberikan bantuan teknis agar peserta lebih mudah memahami setiap tahapan praktik kecantikan yang dilakukan. Peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung teknik-teknik kecantikan yang telah dijelaskan melalui metode demonstrasi dan pendampingan intensif sehingga proses pembelajaran menjadi lebih interaktif, komunikatif, dan aplikatif. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga memberikan pembekalan motivasi kewirausahaan kepada peserta agar memiliki pola pikir kreatif, inovatif, dan mandiri dalam memanfaatkan keterampilan kecantikan sebagai peluang usaha yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta mampu membangun usaha kecil berbasis keterampilan kecantikan, meningkatkan kepercayaan diri, serta memanfaatkan teknologi digital dan media sosial secara optimal untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan peluang ekonomi di masa depan.

c. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi, diskusi, dan sesi tanya jawab yang memungkinkan tim pengabdian memperoleh umpan balik secara langsung dari peserta mengenai pemahaman materi dan manfaat kegiatan. Indikator evaluasi meliputi tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, kemampuan peserta dalam mempraktikkan keterampilan kecantikan dasar, serta peningkatan pengetahuan peserta mengenai peluang usaha di bidang kecantikan dan pemasaran digital melalui diskusi dan tanya jawab bersama peserta. Monitoring juga dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk memastikan peserta mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan baik. Keberhasilan kegiatan ditunjukkan melalui meningkatnya keterampilan dan pemahaman peserta mengenai konsep *beautypreneur*, dan tumbuhnya minat remaja untuk memanfaatkan keterampilan kecantikan sebagai peluang usaha produktif. Hasil evaluasi dan refleksi kegiatan selanjutnya digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program pengabdian serupa di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan di Kantor Lurah Binawidya Pekanbaru dengan melibatkan remaja sebagai peserta utama kegiatan. Pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta maupun pihak kelurahan. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan kecantikan dasar, pemahaman kewirausahaan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha di bidang kecantikan.

Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan penyuluhan mengenai perkembangan industri kecantikan (*beauty industry*) serta berbagai peluang usaha yang dapat dikembangkan oleh generasi muda di era digital saat ini. Materi penyuluhan disampaikan secara interaktif oleh narasumber dengan membahas perkembangan tren kecantikan, meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dan jasa kecantikan, serta peluang usaha yang dapat dijalankan dengan modal yang relatif terjangkau. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada berbagai jenis usaha di bidang kecantikan, seperti jasa *Makeup Artist* (MUA), penjualan *skincare* dan kosmetik, *beauty content creator*, *reseller* produk kecantikan, hingga jasa perawatan wajah sederhana yang dapat dikembangkan secara mandiri.

Materi penyuluhan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta bahwa bidang kecantikan tidak hanya berkaitan dengan penampilan semata, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang besar apabila dikelola secara kreatif, inovatif, dan profesional. Peserta diberikan wawasan mengenai perkembangan industri kecantikan yang saat ini menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif dengan pertumbuhan cukup pesat, terutama melalui dukungan media

sosial dan pemasaran digital. Selain itu, peserta juga diberikan motivasi untuk mulai melihat keterampilan kecantikan sebagai peluang usaha produktif yang dapat membantu meningkatkan kemandirian ekonomi remaja sejak usia muda. Temuan ini sejalan dengan penelitian [7] yang menyatakan bahwa pelatihan *beauty class* mampu meningkatkan minat remaja perempuan untuk menjadi *beautypreneur*.



Gambar 1. Tim Prodi Ekonomi Pembangunan dan Nara Sumber Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kantor Lurah Binawidya Pekanbaru

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan keterampilan kecantikan dasar yang meliputi teknik *makeup* sederhana, perawatan wajah dasar (*basic skincare*), serta penggunaan produk kecantikan secara tepat dan aman. Pada sesi ini, narasumber memberikan penjelasan mengenai tahapan dasar tata rias, mulai dari penggunaan pelembab, *foundation*, bedak, teknik membentuk alis, penggunaan *eyeshadow*, *blush on*, hingga teknik penggunaan lipstik yang sesuai dengan karakter wajah. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga kesehatan kulit, pemilihan produk kosmetik sesuai jenis kulit, serta cara penggunaan alat *makeup* yang higienis untuk menghindari iritasi dan kerusakan kulit.

Pelatihan dilaksanakan menggunakan metode demonstrasi dan praktik langsung sebagai pendekatan pembelajaran yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta secara lebih efektif dan aplikatif. Pada tahap awal, narasumber dan instruktur kecantikan terlebih dahulu memperagakan berbagai teknik tata rias dasar pada model, mulai dari pengenalan alat dan bahan kosmetik, teknik penggunaan produk yang benar, tahapan perawatan wajah sederhana, hingga langkah-langkah *makeup* dasar yang sesuai untuk kegiatan sehari-hari. Demonstrasi dilakukan secara bertahap dan sistematis agar peserta dapat mengamati secara langsung setiap proses yang dilakukan serta memahami fungsi dan cara penggunaan setiap produk kecantikan dengan tepat. Setelah sesi demonstrasi selesai, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung teknik-teknik yang telah dicontohkan dengan pendampingan intensif dari tim pengabdian dan mahasiswa pendamping. Selama sesi praktik berlangsung, mahasiswa pendamping membantu peserta dalam penggunaan alat dan produk kecantikan, memberikan arahan teknis, serta membantu mengatasi kesulitan yang dialami peserta sehingga proses pembelajaran berjalan lebih optimal. Metode praktik langsung ini membuat peserta lebih aktif, interaktif, dan antusias selama kegiatan berlangsung karena mereka tidak hanya menerima penjelasan secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan teknik tata rias dasar secara mandiri. Selain meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, metode ini juga mampu meningkatkan rasa percaya diri, kreativitas, dan keterampilan praktis peserta dalam bidang kecantikan sehingga hasil pelatihan menjadi lebih efektif dan mudah diterapkan sebagai bekal pengembangan usaha di bidang *beautypreneur*.

Selama proses praktik berlangsung, peserta terlihat sangat antusias mengikuti setiap tahapan pelatihan. Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab mengenai teknik penggunaan kosmetik, pemilihan warna *makeup* yang sesuai, cara merawat wajah, hingga tips memulai usaha jasa kecantikan sederhana. Beberapa peserta juga menunjukkan ketertarikan terhadap dunia *beauty content creator* dan pemasaran produk kecantikan melalui media sosial. Antusiasme tersebut menunjukkan bahwa pelatihan kecantikan memiliki daya tarik yang tinggi bagi remaja karena sesuai dengan tren dan minat generasi muda saat ini. Pendekatan praktik langsung dinilai sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap teknik kecantikan dasar secara lebih cepat dan aplikatif. Peserta menjadi lebih percaya diri dalam menggunakan produk kecantikan dan memahami dasar-dasar tata rias yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari maupun sebagai keterampilan usaha. Selain itu, kegiatan

praktik juga mendorong peserta untuk saling berinteraksi, bekerja sama, dan bertukar ide mengenai gaya makeup serta peluang usaha yang dapat dikembangkan dari keterampilan tersebut. Kondisi tersebut mendukung hasil penelitian [10] yang menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis kecantikan. Dalam konteks kegiatan ini, kreativitas peserta mulai terlihat ketika mereka mampu mengembangkan ide usaha sederhana berbasis keterampilan yang diperoleh selama pelatihan.

Selain pelatihan keterampilan, peserta juga diberikan materi mengenai konsep *beautypreneur* dan kewirausahaan digital. Materi ini meliputi cara memulai usaha kecil di bidang kecantikan, strategi membangun personal branding, teknik promosi melalui media sosial, serta pentingnya pelayanan pelanggan dalam usaha jasa kecantikan. Peserta diberikan pemahaman bahwa media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi usaha dengan biaya rendah namun memiliki jangkauan pasar yang luas. Dalam sesi ini, beberapa peserta menunjukkan minat untuk memulai usaha kecil seperti jasa makeup sederhana, penjualan skincare, dan pembuatan konten kecantikan digital. Temuan ini sesuai dengan penelitian [1] yang menjelaskan bahwa media sosial dan influencer memiliki pengaruh besar terhadap minat konsumen terhadap produk kecantikan. Artikel tersebut sangat relevan dengan pembahasan kegiatan ini karena sebagian besar peserta merupakan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi melalui diskusi, sebagian besar peserta mampu memahami dasar-dasar keterampilan kecantikan dan peluang usaha di bidang *beauty industry*. Peserta juga menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dalam mempraktikkan teknik makeup dasar dan menyampaikan ide usaha yang ingin dikembangkan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Selain itu, peserta menjadi lebih memahami pentingnya kreativitas, inovasi, dan komunikasi digital dalam membangun usaha kecantikan di era media sosial.



Gambar 2. Penyampaian Materi dan Demonstrasi Teknik *Make Up* oleh *Beauty Instructor*

Kegiatan pengabdian Program Studi Ekonomi Pembangunan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan motivasi kewirausahaan remaja di lingkungan masyarakat. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum memiliki gambaran mengenai peluang usaha berbasis keterampilan kecantikan. Namun setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memiliki minat untuk mengembangkan keterampilan yang dimiliki menjadi usaha produktif yang dapat membantu meningkatkan pendapatan secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan *beautypreneur* dapat menjadi salah satu bentuk pemberdayaan remaja yang efektif dalam meningkatkan kreativitas dan kemandirian ekonomi generasi muda.

Meskipun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala yang memengaruhi proses pelatihan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu pelaksanaan kegiatan sehingga materi pelatihan belum dapat disampaikan secara lebih mendalam dan menyeluruh. Waktu pelatihan yang terbatas menyebabkan beberapa peserta masih membutuhkan pendampingan tambahan, terutama dalam mempraktikkan teknik tata rias dasar seperti penggunaan *foundation*, pembentukan alis, teknik *blending eyeshadow*, dan pemilihan warna *makeup* yang sesuai dengan karakter wajah. Selain itu, keterbatasan durasi pelatihan juga membuat sesi praktik dan konsultasi individu belum dapat dilakukan secara maksimal kepada seluruh peserta.



Gambar 3. Proses Praktik Tata Rias dan Hasil Riasan Peserta pada Pelatihan Tutorial *Make Up*

Kendala lainnya adalah adanya perbedaan tingkat kemampuan dan pengalaman peserta dalam bidang kecantikan. Sebagian peserta telah memiliki pengalaman dasar dalam menggunakan produk *makeup* dan mengikuti tutorial kecantikan melalui media sosial, sementara peserta lainnya masih sangat awam terhadap teknik tata rias dan penggunaan alat kosmetik. Perbedaan kemampuan tersebut menyebabkan proses pembelajaran berlangsung dengan tingkat pemahaman yang berbeda-beda sehingga tim pengabdian perlu memberikan pendampingan yang lebih intensif kepada beberapa peserta agar mereka dapat mengikuti pelatihan dengan baik.

Selain itu, masih terdapat peserta yang belum terbiasa memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi usaha secara profesional. Sebagian besar peserta menggunakan media sosial hanya untuk aktivitas hiburan dan komunikasi sehari-hari, sehingga mereka belum memahami strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi, teknik pengambilan foto produk, maupun cara membangun personal branding dalam usaha kecantikan. Padahal, kemampuan memanfaatkan media sosial menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha *beautypreneur* di era digital saat ini. Oleh karena itu, peserta memerlukan pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital dan pengelolaan media sosial untuk mendukung pengembangan usaha kecantikan secara lebih optimal.

Namun demikian, berbagai kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan langsung dari tim pengabdian dan mahasiswa pendamping selama proses praktik berlangsung. Tim pelaksana memberikan arahan secara bertahap kepada peserta yang mengalami kesulitan, baik dalam penggunaan alat *makeup*, teknik tata rias dasar, maupun pemahaman mengenai pemasaran digital. Pendekatan yang komunikatif dan interaktif membuat peserta merasa lebih nyaman untuk bertanya dan mencoba secara langsung teknik yang diajarkan. Selain itu, suasana pelatihan yang santai dan partisipatif turut membantu meningkatkan rasa percaya diri peserta dalam mengikuti kegiatan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi kepada remaja untuk mengembangkan potensi diri melalui bidang kecantikan dan kewirausahaan. Pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam tata rias dan perawatan kecantikan, tetapi juga membuka wawasan peserta mengenai peluang usaha kreatif yang dapat dikembangkan di era digital. Peserta mulai memahami bahwa keterampilan kecantikan dapat menjadi modal usaha yang produktif apabila dikembangkan dengan kreativitas, inovasi, dan kemampuan komunikasi digital yang baik.

Program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam membentuk *beautypreneur* muda yang kreatif, inovatif, dan mandiri sehingga mampu menciptakan peluang usaha baru di lingkungan masyarakat. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan mampu mendorong remaja untuk lebih produktif, percaya diri, dan memiliki semangat kewirausahaan sejak usia muda. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, potensi generasi muda di bidang kecantikan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan ekonomi kreatif masyarakat.

Pada tahap akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat, panitia pelaksana melakukan pemilihan peserta terfavorit dalam kegiatan *beauty class* berdasarkan aspek partisipasi, kreativitas, keaktifan, serta kemampuan peserta selama mengikuti rangkaian pelatihan tata rias dan pengembangan keterampilan *beautypreneur*. Peserta terbaik yang terpilih kemudian diberikan apresiasi berupa bingkisan dan penghargaan sebagai bentuk penghormatan atas semangat dan antusiasme mereka dalam mengikuti kegiatan.



Gambar 4. Pemberian Apresiasi kepada Model dan Peserta Terfavorit pada Kegiatan *Beauty Class*

Pemberian apresiasi ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi, rasa percaya diri, dan semangat peserta agar terus mengembangkan kemampuan di bidang kecantikan dan kewirausahaan. Selain menjadi bentuk penghargaan atas usaha peserta, kegiatan ini juga diharapkan mampu menumbuhkan minat remaja untuk menjadikan keterampilan kecantikan sebagai peluang usaha yang kreatif dan produktif. Suasana penghargaan yang positif dan interaktif turut menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan sehingga peserta merasa lebih dihargai, termotivasi, dan terdorong untuk terus mengembangkan potensi diri dalam bidang *beautypreneur*.

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kantor Lurah Binawidya telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi peserta, khususnya para remaja yang mengikuti pelatihan keterampilan kecantikan dan kewirausahaan berbasis *beauty industry*. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan di bidang tata rias dan kecantikan melalui metode pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, serta praktik langsung sehingga proses pembelajaran menjadi lebih efektif, interaktif, dan aplikatif. Selain memahami teknik dasar tata rias, perawatan wajah, serta penggunaan produk kecantikan yang tepat, peserta juga memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai konsep *beautypreneur*, peluang usaha di bidang kecantikan, strategi pelayanan pelanggan, dan pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha di era digital melalui platform seperti Instagram dan TikTok.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan antusiasme, kreativitas, dan rasa percaya diri peserta dalam mengembangkan keterampilan kecantikan sebagai peluang usaha mandiri yang dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi. Peserta terlihat lebih aktif dan termotivasi untuk mencoba mengembangkan kemampuan yang dimiliki menjadi usaha kecil berbasis jasa kecantikan maupun penjualan produk kecantikan secara digital. Pelatihan ini juga berhasil menumbuhkan motivasi dan pola pikir kewirausahaan pada remaja sehingga mereka mulai memahami bahwa bidang kecantikan tidak hanya dapat dijadikan sebagai hobi atau aktivitas pribadi, tetapi juga memiliki potensi besar sebagai usaha produktif yang mampu menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan. Selain memberikan manfaat bagi peserta secara individu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat sekitar melalui lahirnya generasi muda yang kreatif, inovatif, mandiri, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta tren industri kecantikan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong pemberdayaan masyarakat berbasis keterampilan, sekaligus mendukung pengembangan usaha mikro dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

5. SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, disarankan agar program pelatihan *beautypreneur* bagi remaja dapat dilakukan secara berkelanjutan dan dikembangkan dengan cakupan materi yang lebih luas, mendalam, serta didukung oleh praktik yang lebih variatif dan berbasis kebutuhan pasar. Pelatihan lanjutan seperti teknik tata rias profesional, perawatan wajah dan kecantikan modern, penggunaan produk kecantikan yang aman, pemasaran digital, strategi *personal branding*, pembuatan konten kreatif di media sosial, fotografi produk, hingga pengelolaan usaha kecil di bidang kecantikan perlu terus dikembangkan agar peserta memiliki keterampilan yang lebih kompetitif, inovatif, dan siap diterapkan dalam dunia usaha maupun industri kecantikan yang terus berkembang. Selain peningkatan keterampilan teknis, pembekalan mengenai manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, pelayanan pelanggan, serta pemanfaatan teknologi digital juga penting diberikan guna memperkuat kemampuan peserta dalam membangun dan mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Di samping itu, diperlukan dukungan dan kerja sama yang berkesinambungan antara perguruan tinggi, pemerintah kelurahan, pelaku usaha, komunitas kecantikan, serta pihak terkait lainnya dalam memberikan pendampingan, pelatihan lanjutan, akses informasi, dan fasilitas pengembangan usaha bagi remaja. Dukungan tersebut diharapkan dapat membantu peserta dalam mengembangkan keterampilan kecantikan menjadi usaha produktif yang memiliki nilai ekonomi, meningkatkan kreativitas dan rasa percaya diri, memperluas peluang kerja dan usaha bagi generasi muda, serta mendorong terciptanya kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Melalui pelaksanaan program yang berkesinambungan dan dukungan dari berbagai pihak, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam menciptakan generasi muda yang kreatif, inovatif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Tamara, L. Heriyati, T. Hanifa, and M. Carmen, "The Effect of Instagram Influencers on Purchase Intentions Mediated by Brand Image on Cosmetic Products (Study on Gen Z Women)," *Open Access Indones. J. Soc. Sci.*, vol. 4, no. 6, pp. 570–580, 2021.
- [2] K. P. R. Indonesia, "Industri Kosmetik Nasional Tumbuh Positif dan Semakin Kompetitif," Jakarta, 2025.
- [3] N. Y. Al Saiqal, J. C. Ryan, and O. J. Parco, "Entrepreneurial Intention and UAE Youth: Unique Influencers of Entrepreneurial Intentions in an Emerging Country Context," *J. East-West Bus.*, vol. 25, no. 2, pp. 144–165, 2024.
- [4] A. F. and B. Gailly, "The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention," *J. Small Bus. Manag.*, vol. 53, no. 1, pp. 75–93, 2023.
- [5] M. A. Petrescu and D. M. Suci, "Perceptions of Entrepreneurship Among Graduate Students: Challenges, Opportunities, and Cultural Biases," *Int. Conf. Comput. Support. Educ. CSEDU - Proc.*, vol. 1, pp. 347–354, 2024.
- [6] R. Florida, *The Rise of the Creative Class Revisited*. New York: Basic Books, 2022.
- [7] Y. I. Pongoliu, "Pelatihan Beauty Class Sebagai Upaya Mendorong Beautypreneur Pada Remaja Perempuan Gen-Z di Kota Gorontalo," vol. 2, no. 4, pp. 306–312, 2022.
- [8] S. Nambisan, "Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship," *Entrep. Theory Pr.*, vol. 41, no. 6, pp. 1029–1055, 2023.
- [9] D. Srikandi, M. M. Rosid, and C. Kirana, "Skema Bisnis Beautypreneur dengan SWOT Analysis dan Business Model Canvas (BMC) pada LW Beauty," vol. 7, no. 1, pp. 21–28, 2026.
- [10] D. Putri, K. Nuringsih, and K. Natsir, "Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi berwirausaha terhadap keberhasilan bisnis kecantikan," *J. Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 08, no. 01, pp. 95–104, 2026.
- [11] BPOM, "BPOM: Future Beauty Talk dapat menguatkan inovasi industri kosmetik RI - ANTARA News," 2026. https://www.antaranews.com/berita/5556996/bpom-future-beauty-talk-dapat-kuatkan-inovasi-industri-kosmetik-ri?utm_source=chatgpt.com (accessed May 12, 2026).
- [12] E. Kartikawati, "Gen Z Kuasai 59% Pasar Beauty, Mulai Cari Skincare Anti-Aging di Usia 20-an," *Detik Wolipop*, 2026.
- [13] D. Made, S. Purnama, and P. F. Mell'yanti, "Mendorong Perilaku Customer Engagement Dan Future Intention Dalam Menggunakan Skincare: Studi Pada Brand Lokal Indonesia," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 6, no. 6, pp. 1004–1018, 2025.
- [14] T. D. and C. Bowes, "Instagram Made Me Buy It: Generation Z Impulse Purchases in Fashion Industry," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 59, 2024.