

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
KREATIVITAS BERWIRAUSAHA, DAN INOVASI
BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA KECANTIKAN DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : DEASA PUTRI

NIM : 115210341

**UNTUK MEMENUHI SEBAGAIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Deasa Putri
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210341
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : Jalan 20 Desember, Pinggir Rawa Rt. 009/003,
Kalideres, Jakarta Barat
Telp: -
HP: 088224825287

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 November 2024

Deasa Putri

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

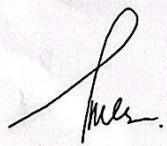
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Deasa Putri
NIM : 115210341
PROGRAM/JURUSAN : Manajemen Bisnis
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Berwirausaha dan Inovasi Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecantikan di Jakarta

Jakarta, 18 November 2023

Pembimbing,


R.R. Kartika Nuring Sih S.E, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DEASA PUTRI
NIM : 115210341
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
KREATIVITAS BERWIRAUSAHA, DAN INOVASI
BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
KECANTIKAN DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Desember 2024 dan dinyatakan
lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Yusbardini, Dra., M.E.
2. Anggota Penguji : M. Tony Nawawi, Drs., M.M.
RR. kartika Nuringsih, S.E., M.Si.

Jakarta, 8 Januari 2025
Pembimbing,



(RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) **DEASA PUTRI**

(B) **THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE,
ENTREPRENEURIAL CREATIVITAS AND ENTREPRENEURIAL
INNOVATION ON THE SUCCESS OF BEAUTY BUSINESS IN JAKARTA**

(C) xviii + 76 pages, 2024, 22 tables, 10 figures, 4 attachments

(D) **ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT**

(E) **Abstract:** *This study aims to examine the influence of entrepreneurial knowledge, entrepreneurial creativity, and entrepreneurial innovation on the success of beauty businesses in Jakarta. The analytical approach applied in this study is structural regression with quantitative analysis methods. This study uses a non-probability sampling technique for sample selection, with purposive sampling as the sampling method. Data were collected through an online questionnaire using Google Form with a total of 100 business actors in the beauty sector, including: beauty salons, spa services, beauty clinics, and skincare entrepreneurs located in Jakarta. The data analysis technique used structural regression with SmartPLS software. The results of the study showed: entrepreneurial knowledge has a positive but not significant effect on the success of beauty businesses. On the other hand, entrepreneurial creativity and entrepreneurial innovation have a positive and significant effect at the 5% level on the success of beauty businesses in Jakarta. Therefore, this study encourages beauty business actors to continue to improve creativity and innovation in entrepreneurship, because both factors have been shown to have a very strong influence on the success of beauty businesses. By improving both, business actors are able to encourage business growth to achieve sustainable success in facing competition in the beauty industry. In line with the Resource-Based View theory, creativity and innovation are intangible resources*

owned by business actors in creating sustainable competitive advantages in increasing business success.

(F) References (63) (1991 - 2024)

- (G) 1. RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si
2. Khairina Natsir Dra., M.M.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) DEASA PUTRI

**(B) PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS
BERWIRAUSAHA, DAN INOVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA KECANTIKAN DI JAKARTA**

(C) xviii + 76 halaman, 2024, 22 tabel, 10 gambar, 4 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas berwirausaha, dan inovasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta. Pendekatan analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah regresi struktural dengan metode analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* untuk pemilihan sampel, dengan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan *Google Form* dengan jumlah sebanyak 100 pelaku usaha di sektor kecantikan, diantaranya: salon kecantikan, layanan spa, klinik kecantikan, dan *entrepreneur skincare* yang berlokasi di Jakarta. Teknik analisis data menggunakan regresi struktural dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan: pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif namun belum signifikan terhadap keberhasilan usaha kecantikan. Sebaliknya kreativitas berwirausaha dan inovasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan pada tingkat 5% terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta. Oleh sebab itu, penelitian ini mendorong pelaku usaha kecantikan untuk terus meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha, karena kedua faktor tersebut terbukti memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keberhasilan usaha kecantikan. Dengan meningkatkan keduanya, pelaku usaha mampu mendorong pertumbuhan bisnis untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dalam

menghadapi persaingan di industri kecantikan. Sejalan dengan teori *Resource-Based View*, kreativitas dan inovasi merupakan *intangible resources* yang dimiliki pelaku usaha dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

(F) Daftar Pustaka (63) (1991 - 2024)

(G) 1. RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si

2. Khairina Natsir Dra., M.M

HALAMAN MOTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

For indeed, with hardship [will be] ease

Al-Insyirah (94:5)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Saya persembahkan untuk :

Mamah dan Ayah Saya

Serta keluarga yang Saya sayangi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga skripsi saya berjudul "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Berwirausaha, dan Inovasi Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecantikan di Jakarta" dapat diselesaikan dengan baik guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi S-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan yang sangat berarti selama proses penelitian ini.
2. Ibu Khairina Natsir Dra., M.M. yang juga telah memberikan kontribusi yang sangat penting dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Kepada mamah dan papah, Teti Yusrita (mamah) dan Joni Hendri (papah) yang telah memberikan dukungan moral dan material tanpa henti, doa, serta memberikan motivasi yang sangat berarti sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik dan tepat waktu
4. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi, dan staf perpustakaan yang telah mendidik, memberikan banyak ilmu serta pengetahuan, dan memberikan layanan terbaik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Kepada kakak saya, Maya Sari, yang telah memberikan penjelasan yang sangat bermanfaat mengenai skripsi hingga memberikan semangat yang

tak pernah putus, terutama ketika saya merasa putus asa dan kesulitan.

8. Kepada abang, adik, dan kakak ipar saya, Fikri Nauli, Eric Himawan, dan Nur Aisyah, yang selalu memberikan semangat, doa, dan harapan positif yang membantu saya untuk bersemangat kembali untuk menyusun skripsi ini.
9. Kepada teman-teman seperjuangan selama masa kuliah, Alvina Natasya, Jocelyn Andrene, Felicia Miranda, Vanessa Hartono, dan Cindy Emilia Halim, yang selalu memberikan *support* dan dukungan emosional sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini dengan tepat waktu bersama dengan mereka.
10. Kepada sahabat saya sejak semasa sekolah hingga sekarang, Zahra Fadhillah, Sophie Anggraini, dan Anggi Kartikasari, Maulana Ibrahim, Putri Ilma, yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada teman saya, Dafiq, yang telah datang untuk memberikan dukungan secara langsung setelah proses sidang berlangsung.
12. Seluruh pihak yang sudah ikut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kewirausahaan, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 11 November 2024

Penulis Deasa Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTO.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	7
3. Batasan Masalah	7
4. Rumusan Masalah.....	8
B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	8
1. Tujuan.....	8
2. Manfaat	8

BAB II.....	11
LANDASAN TEORI.....	11
A. GAMBARAN UMUM TEORI	11
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	12
C. KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL.....	16
D. PENELITIAN YANG RELEVAN	20
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	33
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
A. DESAIN PENELITIAN	36
B. POPULASI, TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL.....	36
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	38
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	41
E. ANALISIS DATA	49
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	53
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	56
C. HASIL ANALISIS DATA.....	60
D. PEMBAHASAN.....	70
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. KESIMPULAN	73
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	73

DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	38
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Kreativitas Berwirausaha.....	39
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Inovasi Berwirausaha	40
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Keberhasilan Usaha	40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	42
Tabel 3. 6 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	43
Tabel 3. 7 Hasil Outer Loadings Sebelum Hapus Indikator	44
Tabel 3. 8 Hasil Uji Outer Loadings Sesudah Hapus Indikator.....	45
Tabel 3. 9 Hasil Uji Cross Loading	47
Tabel 3. 10 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion	48
Tabel 3. 11 Hasil Uji Crobach's Alpha dan Composite Reliability	49
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pengetahuan Kewirausahaan.....	57
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Kreativitas Berwirausaha	58
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Berwirausaha	59
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap.....	60
Tabel 4. 6 Hasil Uji R-Square Adjusted	61
Tabel 4. 7 Hasil Analisis F-Square	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Q-Square	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas Melalui VIFpada Outer Model	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas (VIF) Fokus pada Inner Model.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Model Fit	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Path Coefficient.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kontribusi UKM terhadap PDB (2018-2022).....	1
Gambar 1. 2 Perkiraan Pendapatan Produk Kecantikan (2014-2025)	3
Gambar 1. 3 Merek Kosmetik Ilegal yang Sering Dijumpai di Marketplace	5
Gambar 2. 1 Model Pemikiran.....	35
Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Gender	53
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Rentang Usia Usaha	54
Gambar 4. 4 Profil Usaha Responden Berdasarkan Jenis Layanan Usaha	55
Gambar 4. 5 Profil Usaha Responden Berdasarkan Wilayah	55
Gambar 4. 6 Profil Usaha Responden Berdasarkan.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	85
Lampiran 2 Hasil Pemeriksaan Turnitin	89
Lampiran 3 Hasil Uji Multikolinieritas (VIF) Fokus pada Inner Model	90
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup	91

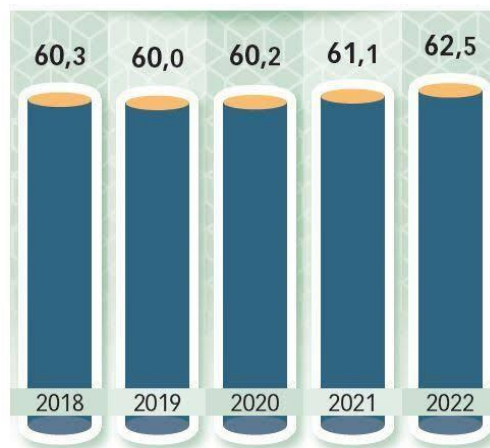
BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu pilar utama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi, wirausaha memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah sektor yang sangat penting di antara berbagai jenis usaha yang ada di Indonesia; mereka menyumbang lebih dari 61% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2023). UKM adalah usaha yang memiliki kriteria tertentu berdasarkan jumlah aset dan omzet. Usaha Mikro tidak boleh memiliki aset lebih dari 50 juta rupiah dan omzet tahunan lebih dari 300 juta rupiah. Sementara Usaha Kecil memiliki aset antara 50 juta rupiah hingga 500 juta rupiah dan omzet tahunan antara 300 juta rupiah hingga 2,5 miliar rupiah (Setianingrum, 2021).

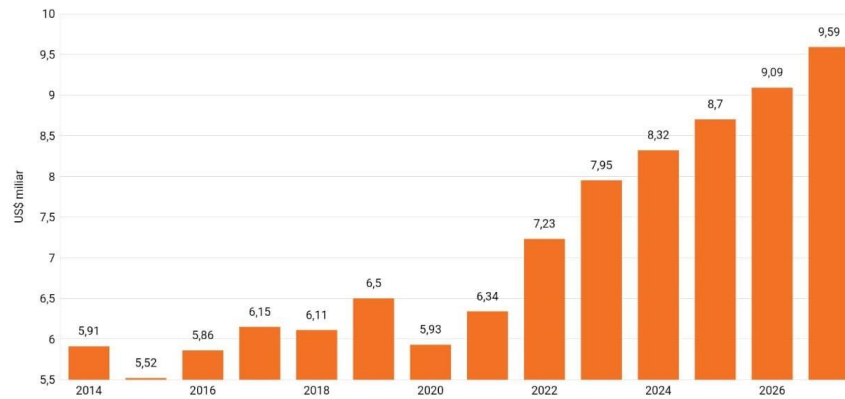


Gambar 1. 1 Kontribusi UKM terhadap PDB (2018-2022)

Sumber : Koran Jakarta (2024)

Di antara berbagai subsektor UKM, salah satu yang menunjukkan perkembangan pesat adalah sektor kecantikan. Dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya melakukan perawatan untuk kesehatan kulit dan menjaga penampilan yang baik, serta dukungan dari berbagai inovasi dan tren global, UKM di sektor kecantikan telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2024). Industri kecantikan Indonesia telah tumbuh dengan stabil, dengan peningkatan sebesar 7% pada Tahun 2022. Populasi negara yang besar dan peningkatan tingkat pendapatan yang dapat dibelanjakan telah berkontribusi terhadap pertumbuhan ini. Industri ini didorong oleh meningkatnya minat anak usia muda terhadap produk organik dan alami dan meningkatnya perhatian terhadap perawatan diri oleh pria (Maryani, 2021).

Penggunaan *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak menjadi semakin populer. Pergeseran ke arah belanja *online* ini tentunya menguntungkan industri kecantikan, dengan penjualan produk kecantikan tetap tangguh khususnya pada masa Pandemi *COVID-19* (Maryani, 2021). Tidak hanya berhenti di masa pandemi, pada tahun 2025, diperkirakan pangsa penjualan *online* di pasar kecantikan dan perawatan pribadi diperkirakan akan meningkat menjadi 27,2%, meskipun sebagian besar penjualan masih terjadi secara *offline* (Mutia, 2022).



Gambar 1. 2 Perkiraan Pendapatan Produk Kecantikan (2014-2025)

Sumber : Databoks (2022)

Namun dibalik kesuksesan industri kecantikan, terdapat beberapa fenomena yang mengkhawatirkan, yaitu kematian yang terjadi akibat prosedur sedot lemak yang tidak tepat. Ella Nanda Sari Hasibuan, seorang influencer berusia 30 tahun dari Medan, Sumatera Utara, meninggal dunia pada 22 Juli 2024, setelah menjalani prosedur sedot lemak. Kasus kematian seorang selebgram setelah melakukan operasi sedot lemak di sebuah klinik kecantikan yang berada di daerah Depok, Jawa Barat, telah menimbulkan perhatian publik dan penyelidikan yang intensif (Alvina & Astuti 2024) . Menurut laporan polisi, Ella tiba-tiba pingsan saat menjalani prosedur *liposuction* dan kejang, kemudian dokter yang menangani Ella memberikan infus, namun pembuluh darahnya pecah, hal ini diduga menjadi penyebab kematiannya (Yuantisya, 2024).

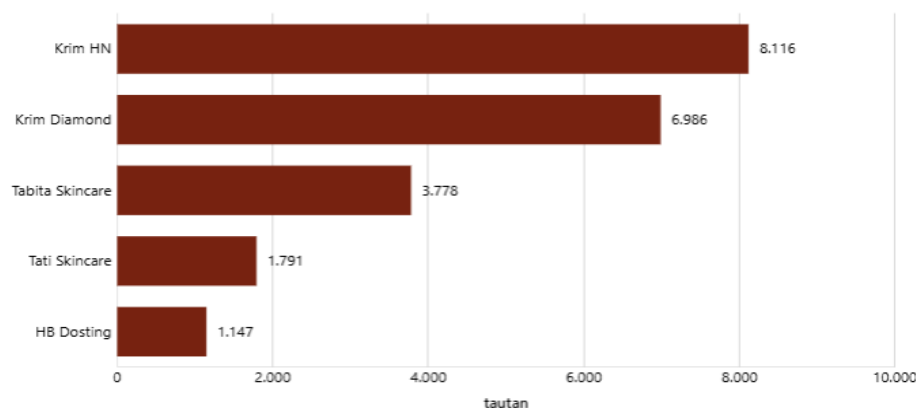
Pentingnya penerapan prosedur yang tepat dan kepemilikan sertifikat bagi tenaga medis di klinik kecantikan tidak dapat diabaikan, karena keduanya merupakan indikator utama dari pengetahuan kewirausahaan yang baik. Klinik yang memiliki pemahaman mendalam tentang standar operasional akan lebih mampu mengelola risiko dan memberikan layanan yang aman bagi konsumen (Yati, 2020). Sertifikasi yang dimiliki oleh dokter dan staf medis menjadi jaminan bahwa mereka memiliki kompetensi dan keterampilan yang diperlukan untuk melakukan prosedur medis dengan aman, sehingga dapat mencegah terjadinya

malpraktik yang dapat berakibat fatal (Perhimpunan Dokter Anti Penuaan Wellness, 2024) Dengan demikian, investasi dalam pengetahuan kewirausahaan yang mencakup pemahaman tentang prosedur dan sertifikasi ini sangat penting untuk menjaga reputasi klinik serta keselamatan pasien (Salsabilla, 2024).

Fenomena lain yang juga mengkhawatirkan adalah maraknya produk kecantikan ilegal di pasar. Ada banyak UKM diindustri kecantikan, yang menawarkan produk dengan harga terjangkau namun dapat memberikan hasil yang instan. Tentunya tidak semua produk kecantikan tersebut memiliki izin resmi dari BPOM. Salah satu contohnya adalah produk kecantikan ilegal yang seringkali kita temui dipasar *online*. Bisnis ini biasanya menjual berbagai barang seperti krim kulit yang mengandung bahan berbahaya dan dapat ditemukan dengan mudah di Jakarta dan sekitarnya (Bimantara *et al.*, 2022) . Terlepas dari tampilannya yang menarik, produk-produk ini sering mengandung zat-zat kimia yang berbahaya seperti *hidrokuinon*, *klindamisin*, *asam retinoat* sampai *steroid* yang dapat menyebabkan efek samping yang buruk pada kulit dan tubuh (Azizah, 2024). BPOM tentu tidak tinggal diam melihat fenomena ini dan mulai melakukan pengawasan ketat dan melakukan penindakan terhadap sejumlah pelaku usaha yang diyakini telah menciptakan produk kecantikan yang tidak mempunyai izin resmi dari BPOM dan mengandung bahan berbahaya.

Pada tanggal 19 hingga 23 Februari 2024, BPOM menemukan bahwa kosmetik dan perawatan kulit dengan label biru berbahaya tersebar di seluruh Indonesia. Dari temuan tersebut terdapat 51.791 produk kecantikan ilegal di 731 klinik kecantikan dengan nilai pendapatan sebesar 2,8 miliar rupiah. Menurut Mohammad Kashuri, Deputy BPOM, sejumlah 33% klinik kecantikan menjual atau menggunakan produk kecantikan yang tidak memenuhi syarat. Dari 33% tersebut, terdapat 11,5% produk yang mengandung bahan berbahaya, serta 73,4% produk tanpa izin edar. Kasus

ilegal produk kosmetik dan perawatan kulit menjadi yang paling tinggi, diikuti oleh produk injeksi kecantikan yang tidak sesuai ketentuan (Azizah, 2024). Selain pengawasan *offline*, BPOM juga melakukan patroli *cyber*. Dalam patroli tersebut, BPOM mengungkapkan ada beberapa merek kosmetik ilegal yang sering dijumpai di *platform marketplace*. Kosmetik tersebut tidak hanya beredar tanpa izin, tetapi juga mengandung bahan berbahaya yang dilarang (Muhammad, 2023). Temuan ini menunjukkan betapa seriusnya masalah produk kecantikan ilegal di Indonesia, yang tidak hanya membahayakan kesehatan konsumen tetapi juga mengancam pertumbuhan industri kecantikan (Harahap, 2024). Kreativitas dan inovasi menjadi kunci untuk menciptakan produk kecantikan yang dapat memberikan hasil sesuai permintaan pasar, namun tetap aman ketika digunakan. Pelaku usaha yang mampu berinovasi dalam menciptakan produk yang memenuhi standar keamanan dan kualitas, serta memperhatikan tren dan kebutuhan konsumen, akan memiliki daya saing yang lebih tinggi (Ventures, 2024).



**Gambar 1. 3 Merek Kosmetik Ilegal yang Sering Dijumpai di
*Marketplace***

Sumber : Databoks (2023)

Untuk menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh fenomena kematian akibat prosedur sedot lemak yang tidak aman dan maraknya produk kecantikan ilegal, pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi menjadi hal-hal yang tidak dapat dikesampingkan oleh para bisnis

kecantikan. Pengetahuan kewirausahaan yang baik memungkinkan pelaku industri kecantikan untuk memahami dan mematuhi prosedur kesehatan yang berlaku, sehingga dapat mengelola risiko dengan lebih efektif. Selain itu, kreativitas dan inovasi berperan penting dalam mengembangkan produk dan layanan yang aman serta berkualitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan menerapkan ketiga variabel ini secara sinergis, pelaku usaha tidak hanya dapat menghindari potensi bahaya bagi konsumen, tetapi juga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi menjadi kunci utama untuk mencapai keberhasilan usaha di industri kecantikan yang terus berkembang. Ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha (Lai & Widjaja, 2023), pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi keberhasilan usaha (Fatmasari *et al.*, 2023), dan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Merline & Widjaja, 2022).

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman yang bermanfaat tentang bagaimana pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi memengaruhi keberhasilan usaha, masih ada kesenjangan penelitian yang perlu dicermati. Satu dari penelitian tersebut meneliti jenis UMKM fashion, sedangkan dua penelitian lainnya tidak menyebutkan secara spesifik jenis UMKM yang diteliti. Selain itu, lokasi penelitian pada dua penelitian tersebut berada di Jatinegara dan Jenepono, sedangkan penelitian lainnya tidak menyebutkan secara spesifik lokasi penelitian. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas berwirausaha, dan inovasi berwirausaha terhadap keberhasilan UKM kecantikan, terutama di Jakarta, mengingat kawasan ini merupakan pusat pertumbuhan industri kecantikan yang pesat, dengan beragam UKM yang berpotensi untuk berkembang. Karena itu, penelitian ini diberi judul **“PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS BERWIRAUSAHA, DAN**

INOVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECANTIKAN DI JAKARTA.”

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a) Adanya risiko terhadap konsumen dalam menggunakan produk atau jasa kecantikan karena prosedur yang tidak tepat.
- b) Produk kecantikan ilegal yang beredar di pasaran dapat membahayakan konsumen dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap industri kecantikan.
- c) Banyak pelaku usaha di industri kecantikan yang tidak memiliki pengetahuan kewirausahaan yang mengakibatkan ketidakpatuhan terhadap prosedur kesehatan dan keamanan konsumen.
- d) Keterbatasan dalam kreativitas dan inovasi berwirausaha dapat menghambat pengembangan produk dan layanan yang aman dan berkualitas, sehingga mengurangi daya saing UKM di sektor kecantikan.
- e) Penelitian terdahulu lebih berfokus pada UMKM fashion dan manufaktur sehingga tidak memberikan gambaran yang jelas tentang pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi dalam konteks UMKM sektor kecantikan.
- f) Lokasi penelitian terdahulu tidak mencakup Jakarta, yang merupakan pusat pertumbuhan industri kecantikan, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut di area tersebut.

3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus dalam mendalami permasalahan yang ada, maka dibutuhkan batasan berdasarkan identifikasi masalah di atas. Dengan demikian, penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas berwirausaha, dan inovasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha kecantikan di daerah Jakarta. Pembatasan ini bertujuan agar masalah yang diteliti tidak meluas dan dapat memberikan hasil yang lebih spesifik.

4. Rumusan Masalah

- 1) Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta?
- 2) Apakah kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta?
- 3) Apakah inovasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta?

B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha kecantikan di Jakarta.

2. Manfaat

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori *Resource-Based View* (RBV) untuk usaha kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya teori tersebut dengan mengidentifikasi bagaimana pengetahuan kewirausahaan, kreativitas berwirausaha, dan inovasi berwirausaha berfungsi sebagai sumber daya dan kapabilitas yang dapat mendorong keberhasilan usaha. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan baru tentang peran kapabilitas dinamis dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif di sektor kecantikan.

b) Manfaat Praktis

1) Bagi salon kecantikan, layanan spa, klinik kecantikan dan *entrepreneur skincare*

Penelitian ini membantu pemilik salon, layanan spa, klinik kecantikan, dan *entrepreneur skincare* lokal untuk memahami pentingnya pengetahuan kewirausahaan dalam mengelola bisnis secara lebih efektif, baik dalam hal operasional maupun pengambilan keputusan strategis. Penelitian ini mendorong usaha kecantikan untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan produk dan layanan yang menarik, aman untuk digunakan, dan sesuai dengan tren pasar, serta meningkatkan pemahaman tentang pentingnya prosedur keselamatan dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Hal ini pada akhirnya memberikan panduan praktis bagi salon kecantikan untuk mengoptimalkan sumber daya dan kapabilitas mereka demi mencapai keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

2) Bagi Stakeholder

Bagi pemilik usaha dan investor, penelitian ini memberikan referensi untuk mengelola sumber daya secara lebih efektif melalui penerapan pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi, yang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis. Sementara itu, bagi pemerintah dan regulator, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai komponen-komponen kunci yang berperan pada keberhasilan UKM kecantikan, sehingga dapat menjadi referensi dalam penyusunan kebijakan dan regulasi yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ini.

3) Bagi Konsumen

Manfaat praktis dari penelitian ini bagi konsumen usaha kecantikan adalah peningkatan kualitas layanan dan produk yang lebih inovatif, aman, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Melalui penelitian ini, salon kecantikan, layanan spa, klinik kecantikan dan

entrepenuer skincare lokal dapat lebih memahami tren dan preferensi pelanggan, sehingga dapat menawarkan perawatan wajah dan tubuh yang lebih relevan dan memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan pengetahuan kewirausahaan yang lebih baik, konsumen akan mendapat manfaat dari penerapan prosedur keselamatan yang lebih ketat, yang dapat meminimalkan risiko kesalahan medis atau prosedural selama perawatan kecantikan. Penelitian ini membantu memastikan bahwa konsumen mendapatkan layanan kecantikan yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga aman dan inovatif, yang secara keseluruhan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap usaha kecantikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K., Subagio, N., & Rahayu, V. P. (2022). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Dengan Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Citra Niaga Samarinda. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 4(2), 91–100. <https://doi.org/10.30872/prospek.v4i2.2260>
- Alvina, H., & Astuti, L. D. P. (2024). *Deretan Kasus Tragis Sedot Lemak, Dari Kematian Selebgram hingga Bahaya Klinik Abal-Abal* Artikel ini sudah tayang di VIVA.co.id pada hari Rabu, 31 Juli 2024 - 07:36 WIB Judul Artikel : *Deretan Kasus Tragis Sedot Lemak, Dari Kematian Selebgram hingga Bahay*. Viva.Co.Id. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/1737504-deretan-kasus-tragis-sedot-lemak-dari-kematian-selebgram-hingga-bahaya-klinik-abal-abal>
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Apriyani, M., & Kustini, K. (2023). THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCE AND ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE ON BUSINESS SUCCESS IN MSMEs IN MADIUN CITY. *Jurnal Syntax Admiration*, 4 No. 6. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i6.625>
- Arib, H. N. M., Suparno, & Sebayang, K. D. (2024). *sebagai strategi pengambilan sampel. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran survei menggunakan*. 7, 460–472.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Azizah, K. N. (2024). *Jenis Kosmetik Ilegal Temuan BPOM di Klinik Kecantikan, Ada Injeksi Botox*. Detik. <https://health.detik.com/wellness-beauty/d-7277342/jenis-kosmetik-ilegal-temuan-bpom-di-klinik-kecantikan-ada-injeksi-botox>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1). <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bimantara, J. G., Ramadhan, F., Diveranta, A., Sekar, G., & Susilo, H. (2022). *Kosmetik Ilegal Bermekuri Dijual Bebas di Pasaran*. Kompas.Id.

- <https://www.kompas.id/baca/investigasi/2022/04/07/kosmetik-ilegal-bermerkuri-dijual-bebas-di-pasaran>
- Binus. (2019). *Entrepreneur harus kreatif, mengapa?* Universitas Bina Nusantara. <https://binus.ac.id/entrepreneur/2019/07/04/entrepreneur-harus-kreatif-mengapa/>
- Budiyanto, A. T. (2022). *Pengaruh Kreativitas, Motivasi, Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM Makanan Di Kota Magelang)*. 1–41.
- Chia, C.-C., & Liang, C. (2016). Influence of Creativity and Social Capital on the Entrepreneurial Intention of Tourism Students. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 12(2). <https://doi.org/10.7341/20161227>
- Clara, A. (2023). *Meraih Kesuksesan Bisnis Melalui Kreativitas dan Inovasi*. Ensiklopedia Telkom University. <https://ensiklopedia.telkomuniversity.ac.id/meraih-kesuksesan-bisnis-melalui-kreativitas-dan-inovasi/>
- Creswell, J. W., & David Creswell, J. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.
- Erizal N. (2024). *Inovasi Berkelanjutan sebagai Kunci Keberlanjutan Bisnis*. Kumparan. <https://kumparan.com/opini-sister/inovasi-berkelanjutan-sebagai-kunci-keberlanjutan-bisnis-23g4Qyomuxm/full>
- Fatmarani, S. (2023). *Inovasi Bisnis - Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/inovasi-bisnis-pengertian-jenis-dan-contohnya>
- Fatmasari, Irmayana, A., Dwiyantri, Di., & Patricia, A. G. (2023). Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(4), 1233–1244. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i4.745>
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). PEMILIHAN LOKASI USAHA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA JASA

- BERSKALA MIKRO DAN KECIL. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and.pdf. *Journal of Marketing Research*, XVIII(February), 39–50.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. In *IOSR Journal of Economics and Finance*.
- & Latan, H. (2015). *Parcial Least Square : Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro. *BPUD*, 49.
- Gunawan, A. F. (2024). The impact of entrepreneurial characteristics and competencies on business performance in the creative industry in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(3), 300–317. <https://doi.org/10.1108/apjie-09-2023-0172>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- , Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis. In *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>
- , Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- , Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications. *Journal of Tourism Research*, 6(2).
- , Tomas, H. G., Ringle, C. M., & Marko, S. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2).
- Haji, S., Arifin, R., & ABS, M. K. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha

- Cengkeh Di Bawean. *Jurnal Riset Manajemen*, 06(2).
- Harahap, D. (2024). *Badan POM Temukan 51.791 Kosmetik Ilegal di 731 Sarana Klinik Kecantikan*. MediaIndonesia. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/663163/badan-pom-temukan-51791-kosmetik-ilegal-di-731-sarana-klinik-kecantikan>
- Indriasari, D. P. (2023). Peran Inovasi Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Pada Penjahit Pakaian Di Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 315–322. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/548%0Ahttps://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/download/548/349>
- Irwanto, A., & Ie, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 867–874. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26927>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- . (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Kumpanan. (2022). *Definisi Operasional Variabel, Jenis-Jenis, dan Tujuannya*. Kumpanan. <https://kumpanan.com/berita-terkini/definisi-operasional-variabel-jenis-jenis-dan-tujuannya-1yz8hKbtXhc/1>
- Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 576–584.

- <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>
- Maryani, P. (2021). *Indonesia's Beauty and Personal Care Market Growth*. The International Trade Administration. <https://www.trade.gov/market-intelligence/indonesias-beauty-and-personal-care-market-growth>
- Merline, & Widjaja Oey Hannes. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi. *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(02), 435–443.
- Muhammad, N. (2023). *BPOM Ungkap 5 Merek Kosmetik Ilegal yang Banyak Dijual di Marketplace, Ini Daftarnya*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/3fb3b20bcb7a0e5/bpom-ungkap-5-merek-kosmetik-ilegal-yang-banyak-dijual-di-marketplace-ini-daftarnya>
- Munadie, Friska; Handranata, Y. W. (2018). *KREATIF DAN INOVATIF DALAM BERWIRAUSAHA*. Universitas Bina Nusantara. <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2018/04/kreatif-dan-inovatif-dalam-berwirausaha/>
- Mutia, A. (2022). *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022*. Databoks. *Makin Meroket, Pendapatan Produk Kecantikan dan Perawatan Diri di RI Capai Rp111,83 Triliun pada 2022* (katadata.co.id)
- Pendidikan, D. (2023). *Uji Validitas Adalah*. Dosen Pendidikan. <https://www.dosenpendidikan.co.id/uji-validitas/>
- Perhimpunan Dokter Anti Penuaan, Wellness, E. & R. I. (2024). *Manfaat Sertifikasi Perawatan Wajah untuk Karier di Industri Kecantikan*. Lspariwisata. <https://lspariwisata.com/sertifikasi-profesi-pariwisata/kegunaan-sertifikasi-perawatan-wajah-di-industri-kecantikan/>
- Pinem, K., Mulia, A., & Suryani, W. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Coffee Shop di Kecamatan Medan Baru. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(6), 104–112. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10478807>
- Putri, A. K., Widowati, T., & Uza, F. F. (2024). PENGARUH PENDIDIKAN TATA KECANTIKAN, SARANA, PRASARANA PENDIDIKAN, DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP TINGKAT KESUKSESAN

USAHA KECANTIKAN. *Journal Unnes.Ac.Id*, Vol.13 No.

- Ramadhania. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Praktek Kewirausahaan dalam Menumbuhkembangkan Perilaku Kewirausahaan Mahasiswa. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 64. <https://doi.org/10.31317/jmk.9.2.64-76.2018>
- Rizaldi, O. (2024). *Kreativitas dan Inovasi dalam Kewirausahaan: Menyemangati Jiwa Wirausaha Anda*. TambahPinter.Com. <https://tambahpinter.com/kreativitas-dan-inovasi-dalam-kewirausahaan/>
- Rohmah, M. (2024). *Hipotesis Statistik: Definisi, Langkah Pengujian & Contohnya*. Dibimbing.Id. <https://dibimbing.id/blog/detail/hipotesis-statistik-definisi-langkah-pengujian-contohnya>
- Rosyida, R. H., & Yamit, Z. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Paragon Technology And Innovation Di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 119–130. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38901>
- Rudi, I. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM KULINER JALAN HALAT MEDAN. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*.
- Safira, A. N., Dwiyantri, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup. *E-Journal, Volume 10*, 165–176.
- Salsabilla, S. (2024). *Buka Usaha Klinik Kecantikan, Ini Syarat dan Prosedur Perizinannya!* Prolegal. <https://prolegal.id/buka-usaha-klinik-kecantikan-ini-syarat-dan-prosedur-perizinannya/>
- Sanjaya, R. (2023). *Pentingnya Inovasi dalam Bisnis: Mendorong Pertumbuhan dan Daya Saing*. ARS University. <https://pasca.ars.ac.id/blog/content/pentingnya-inovasi-dalam-bisnis-mendorong-pertumbuhan-dan-daya-saing>

- Saunders, M. N. K., Philip, L., & Thornhill, A. (2019). Research methods for business students. In *Pearson Education Limited: Vol. limi* (Issue 10).
- Sekaran Uma; Bougie Roger. (2016). Research Methods for Business: A Skill Building Approach Seventh Edition WileyPLUS Learning Space Card. *Internation Labour Office, 1*(September).
- Sephia, S., & Ardiansyah, T. (2023). Analisis Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kesuksesan Wirausaha Di Indonesia. *Jurnal Usaha*, 4(2), 2023.
- Setianingrum, C. A. Wi. (2021). *Kenali Perbedaan UKM dengan UMKM Dari Segi Omset dan Aset*. Tirto.Id. <https://tirto.id/kenali-perbedaan-ukm-dengan-umkm-dari-segi-omset-dan-aset-ev4x>
- Spa, P. (2023). *Keamanan dan Kebersihan Spa: Panduan Praktis untuk Pelatihan Karyawan*. Pelatihan Spa. <https://pelatihanspa.com/keamanan-dan-kebersihan-spa-panduan-praktis-untuk-pelatihan-karyawan/>
- Syafarruddin, L. O. M., & Arifin, L. O. M. (2024). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Keberhasilan Wirausaha Muda. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(9), \.
- TOBI. (2023). *Memahami Proses Analisis Data: Tahap-Tahap Penting yang Perlu Anda Ketahui*. Medium. <https://tobb.medium.com/memahami-proses-analisis-data-tahap-tahap-penting-yang-perlu-anda-ketahui-447b7ba28189>
- Ventures, E. (2024). *Industri kecantikan Indonesia: Pasar yang sedang berkembang dengan potensi yang sangat besar*. East Ventures. <https://east.vc/id/berita/insights-id/industri-kecantikan-indonesia/>
- Veron, V., & Victor, V. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kuliner Di Asia Mega Mas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 49–57. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.2109>
- Wijaya, A., & Nuringsih, K. (2024). Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan, dan Kreativitas dapat Memengaruhi Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 284–291. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29831>

- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yati, E. (2020). Urgensi Pengaturan Praktek Estetika Medis Yang Dilakukan Dokter Umum Di Indonesia, Suatu Tinjauan Perbandingan Pengaturan Estetika Medis Di Singapura, Malaysia Dan Korea Selatan. *Aktualita (Jurnal Hukum)*, 3(1), 21–35. <https://doi.org/10.29313/aktualita.v0i0.5827>
- Yuantisya, M. (2024). *Kematian Selebragm Medan Akibat Sedot Lemak di Klinik WSJ Beauty Depok. Malpraktik?* Tempo. Dugaan Malpraktik Sedot Lemak Depok %7C @infomediadigital/single-brand-web (tempo.co)