

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA JASA MAKE UP ARTIST
(MUA) PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA PELAKU
JASA DI KABUPATEN KOLAKA**

Hikma Ulvia¹, Muh. Iqbal², Haeruddin³

^{1,2,3}Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

ulviahikma9@gmail.com¹, muh.iqbal@usimar.ac.id², usthaeruddin@gmail.com³

ABSTRAK

Studi kelayakan bisnis atau usaha adalah kegiatan yang mempelajari secara mendalam usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak tidaknya usaha tersebut dijalankan. Dalam menjalankan sebuah usaha, pelaku jasa *Make Up Artist* (MUA) tentunya harus mengetahui bagaimana potensi usahanya dalam meningkatkan pendapatan. Jasa *Make Up Artist* (MUA) di Kabupaten Kolaka mulai berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan jasa *Make Up Artist* (MUA). Dalam penelitian ini ditinjau dari dua aspek, pertama aspek *financial* yaitu bagaimana potensi usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) dalam meningkatkan pendapatannya. Metode penelitian, jenis penelitian berupa penelitian kualitatif. Objek penelitian pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) di Kabupaten Kolaka. Terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) di Kabupaten Kolaka. Metode pengumpulan datanya adalah wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi. Instrumen penelitian yaitu peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Teknis analisis datanya yaitu analisis domain Nvivo dan pengujian keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha *Make Up Artist* (MUA) di Kolaka tidak hanya meningkatkan ekonomi individu tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai syariah.

Kata Kunci: Studi Kelayakan, *Make Up Artist*, Ekonomi Islam.

PENDAHULUAN

Studi kelayakan bisnis atau usaha merupakan proses analisis mendalam terhadap suatu rencana usaha untuk menilai apakah usaha tersebut pantas

dijalankan atau tidak. Studi ini tidak hanya menilai kelayakan bisnis saat akan didirikan, tetapi juga mengevaluasi keberlanjutannya dalam operasional sehari-hari guna mencapai keuntungan optimal dalam jangka waktu yang tidak terbatas.¹ Studi kelayakan bisnis merupakan suatu bentuk analisis yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu gagasan usaha layak direalisasikan. Suatu ide bisnis dianggap layak apabila mampu memberikan manfaat yang lebih besar bagi seluruh pihak terkait (*stakeholder*) dibandingkan potensi kerugiannya. Dalam jurnal yang ditulis oleh Muhammad Ilyas, Subagyo, menjelaskan bahwa studi kelayakan bisnis adalah proses penelitian secara menyeluruh terhadap sebuah ide usaha guna menilai kelayakan pelaksanaannya.²

Dalam menjalankan sebuah usaha, pelaku jasa *Make Up Artist* (MUA) tentunya harus mengetahui bagaimana peran usahanya dalam meningkatkan pendapatan. Tidak hanya itu, pelaku jasa juga harus mengetahui usaha yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Hal ini, dilakukan untuk mengetahui bagaimana kelayakan usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) tersebut yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi Islam. Sebagaimana dalam firman Allah Swt. dalam QS. Al-Baqarah (1) : 22.

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ
فَآخِرَاجَ بِهِ ۖ مَاءً ۖ السَّمَاءَ ۖ مِن ۖ وَأَنْزَلَ ۖ بِنَاءَ
أَنْدَادًا ۖ لِلَّهِ تَجْعَلُوا فَلَا ۖ لَكُمْ رِزْقًا ۖ الثَّمَرَاتِ ۖ مِن

¹ Muhammad Ilyas, dkk, “Analisis Kelayakan Usaha Kopra Putih Di Kabupaten Indragiri Hilir Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, dalam *slamic Business and Finance* (IBF), Vol. 3, No.2, tahun 2022, hlm. 161.

² Nuraisyah, dkk, “Analisis Kelayakan Usaha Jasa Tata Rias Aisyah Make Up Di Makassar”, dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, tahun 2023, hlm. 15.

تَعْلَمُونَ ۖ وَأَنْتُمْ

Terjemahannya :“(Dialah) yang menjadikan bagimu bumi (sebagai) hamparan dan langit sebagai atap, dan Dialah yang menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia menghasilkan dengan (hujan) itu buah-buahan sebagai rezeki untuk kamu. Oleh karena itu, janganlah kamu mengadakan tandingan-tandingan bagi Allah, padahal kamu mengetahui”.³

Sehubungan dengan ayat diatas, M. Quraish Shihab menjelaskan dalam tafsir Al-Misbah jilid 01:

Dijadikannya bumi terhampar bukan berarti dia diciptakan demikian. Bumi diciptakan Allah bulat atau bulat telur. Itu adalah hakikat ilmiah yang sulit dibantah. Keterhamparannya tidak bertentangan 'dengan kebulatannya. Allah menciptakannya bulat untuk menunjukkan betapa hebat ciptaan-Nya itu. Lalu Dia menjadikan yang bulat itu terhampar bagi manusia, yakni kemanapun mereka melangkahakan kaki mereka akan melihat atau mendapatkannya terhampar. Itu dijadikan Allah agar manusia dapat meraih manfaat sebanyak mungkin dari dijadikannya bumi demikian.⁴

Terdapat juga penjelasan mengenai ayat tersebut dalam buku tafsir ayat-ayat ekonomi islam Dwi Suwiknyo :

Allah telah memberikan isyarat bahwa pada siang hari manusia diperkenankan untuk bertebaran dimuka bumi untuk menjemput rezekinya. Seperti berdagang, bertani, berkebun dan dengan pekerjaan lainnya. Nilai religiusnya yakni tetap menjaga shalat diantara kesibukan kerja tersebut. Sedangkan malam hari sebagai selimut istirahatnya.⁵

Dalam Ayat diatas mengingatkan kita bahwa Allah Swt. merupakan pencipta semua hal dan menekankan pentingnya tidak menyekutukan-Nya. Meskipun ayat ini tidak secara eksplisit menyebutkan perintah untuk mencari keuntungan, prinsip yang lebih luas dalam Islam mendorong umat untuk mencari rezeki yang halal dan bermanfaat. Allah Swt. menciptakan langit dan bumi

³ Kementerian Agama Al-Quran dan Terjemahan 2013.

⁴ M Quraish Shihab, *Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jilid I; Cairo : 1999 M), hlm. 122.

⁵ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 76.

sebagai tempat tinggal bagi manusia dan menekankan tanggung jawab manusia untuk mengelola sumber daya tersebut dengan adil. Kesadaran bahwa pelaku jasa harus mengelola sumber daya itu dengan bertanggung jawab dalam kelayakan usahanya. Termasuk dalam kelayakan jasa *Make Up Artist* (MUA) yang harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Allah Swt. berjanji untuk memudahkan segala sesuatu yang sulit, memberikan solusi setiap masalah, menghilangkan berbagai ujian dan bencana, serta memberi kabar gembira bahwa kemenangan terhadap musuh sudah dekat. Sebagaimana dalam firman Allah Swt. dalam QS. Al-Insyirah (30) : 5-6.

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا
إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Terjemahannya :“(5) Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. (6) Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”⁶

Terdapat juga penjelasan mengenai ayat tersebut dalam NU Online Tafsir

Surat Al-Insyirah Ayat 5 :

Demikianlah nikmat-nikmat-Ku kepadamu. Maka tetaplah optimis dan berharap pada pertolongan Tuhanmu karena sesungguhnya beserta kesulitan apa pun pasti ada kemudahan yang menyertainya. Engkau hadapi kesulitan besar dalam menyampaikan dakwah kepada kaummu; mereka ingkar dan menentangmu, tetapi Allah memberimu kemudahan untuk menaklukkan mereka.⁷

Adapun penjelasan mengenai Tafsir Surat Al-Insyirah Ayat 6 dalam NU

Online adalah sebaga berikut:

Sesungguhnya bersama setiap kesulitan pasti terdapat kemudahan. Ayat ini mengulang ayat sebelumnya sebagai penegasan untuk memperkuat maknanya. Jika seseorang menghadapi kesulitan dengan tekad yang kuat, disertai usaha maksimal secara fisik dan mental, serta tetap sabar, tekun, dan tidak mengeluh

⁶ Kementerian Agama Al-Quran dan Terjemahan 2013.

⁷ NU Online, “Tafsir Surat An-Nisa Ayat 58 : Urgensi Menjaga Amanah”, dalam <http://quran.nu.or.id/al-insyirah/5>

meski kemudahan belum juga datang, maka pada akhirnya kemudahan itu akan menghampiri.⁸

Dalam menjalankan usaha jasa *Make Up Artist* (MUA), tidak jarang pelaku menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan pasar, keterbatasan modal, atau kurangnya kepercayaan dari klien di awal merintis. Namun sebagaimana dijelaskan dalam Tafsir Surat Al-Insyirah ayat 5 dan 6, bahwa “sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan,” ayat ini menjadi penguat bahwa setiap kesulitan yang dihadapi dalam usaha akan selalu diiringi dengan jalan keluar dan kemudahan, asalkan dijalani dengan tekad, kesungguhan, dan kesabaran.

Seperti dalam tafsir NU Online, Allah memberikan kemudahan kepada hamba-Nya yang bersungguh-sungguh, tidak mudah menyerah, dan tetap optimis pada pertolongan-Nya. Hal ini selaras dengan semangat para pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) yang terus berusaha meningkatkan pelayanan, membangun relasi dengan klien, serta menjaga etika dan kehalalan dalam praktik bisnisnya. Maka, usaha yang dijalankan dengan niat baik dan ketekunan, akan membuahkan hasil berupa keberkahan rezeki serta peningkatan pendapatan.

Jasa *Make Up Artist* (MUA) di Kabupaten Kolaka mulai berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan jasa *Make Up Artist* (MUA). Meskipun tidak terdapat dokumentasi resmi mengenai sejarah awal *Make Up Artist* (MUA) di Kabupaten Kolaka, namun bertumbuhan industry ini dapat dilihat dari munculnya berbagai penyedia jasa *Make Up Artist* (MUA) yang aktif mempromosikan layanan mereka melalui media social, yakni Syari Beauty Studio di Jl. Khaeril Anwar, Febyola Muakolaka di Jl. Pramuka, Risda Makeup di

⁸ NU Online, “Tafsir Surat An-Nisa Ayat 58 : Urgensi Menjaga Amanah”, dalam <http://quran.nu.or.id/al-insyirah/6>

Jl. Utama Pasar, dan Astuti Dahlan di BTN Tahoa.

Dalam penelitian ini ditinjau dari dua aspek, aspek *financial* yaitu bagaimana potensi usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) dalam meningkatkan pendapatan dan aspek non *financial* yaitu usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Hal ini digunakan untuk menilai apakah usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) tersebut layak secara ekonomi dan sesuai syariah secara menyeluruh, tidak hanya menguntungkan secara materi. Kedua aspek ini bersinergi untuk menentukan kelayakan usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) dalam perspektif ekonomi Islam di Kabupaten Kolaka.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Usaha Jasa *Make Up Artist* (MUA) Perspektif Ekonomi Islam Pada Pelaku Jasa *Make Up Artist* (MUA) Di Kabupaten Kolaka”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis memakai metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kolektif, yaitu penelitian yang mengkaji gabungan beberapa kasus dengan tujuan untuk mempelajari fenomena, populasi, atau kondisi secara umum. Objek pada penelitian ini adalah pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) Muslimah di Kabupaten Kolaka yang menjalankan usaha secara mandiri dan aktif melayani pelanggan, baik secara offline maupun online. Pelaku usaha jasa ini akan menjadi sumber data utama untuk menilai sejauh mana usaha mereka meningkatkan pendapatan. Mereka akan diteliti terkait harga, jumlah pendapatan, serta pembayaran zakat atau bentuk

kontribusi sosial lainnya. Objek ini juga akan dianalisis dari sisi non-finansial, yaitu sejauh mana para pelaku usaha menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Data yang diperoleh langsung dari sumber pertama (responden) melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) dan observasi awal secara tidak langsung melalui media social pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA). Data sekunder diperoleh dari dokumen, laporan, literatur, dan sumber resmi lain yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) dalam meningkatkan pendapatan

a. Harga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh para *Make Up Artist* (MUA) di Kolaka disesuaikan dengan standar pasar, kualitas produk, dan kondisi klien. Hal ini sesuai dengan prinsip keadilan dalam muamalah. Allah SWT berfirman:

“Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil...” (QS. Al-An’am: 152). Rasulullah SAW juga bersabda: “Barangsiapa menipu maka ia bukan golongan kami.” (HR. Muslim).

Artinya, penetapan harga yang transparan dan tidak merugikan pelanggan merupakan bagian dari etika bisnis Islami. Fleksibilitas harga yang diberikan para *Make Up Artist* (MUA), terutama kepada klien usia muda atau dalam jumlah banyak, mencerminkan penerapan nilai keadilan (*al-‘adl*) dan *ihsan* dalam transaksi.

Ihsan adalah tingkat agama tertinggi dimana seseorang beribadah kepada Allah Swt. dengan tulus seolah-olah mereka melihatnya atau percaya bahwa Allah

Swt. melihatnya.⁹ *Ihsan* (Kebijakan) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun. Kebaikan sangat didorong dalam Islam.¹⁰ Keadilan sendiri adalah ketika orang-orang bebas menentukan apa yang akan dilakukannya, asal ia tidak melanggar kebebasan yang sama dari orang lain.¹¹

Penetapan harga adil dan transparan sesuai prinsip syariah (*muamalah*) mendukung trust dan loyalitas pelanggan. Penetapan harga dalam usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) tidak hanya memengaruhi tingkat pendapatan langsung, tetapi juga berfungsi sebagai cerminan keadilan dan transparansi. Penetapan harga sesuai pasaran yang adil merupakan fondasi bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi baik yang berkelanjutan, sebagaimana terlihat dalam *cluster* NVivo yang menyoroti tema “harga” dan “pendapatan”. Pendapatan yang legal dan stabil (dengan dukungan strategi pemasaran syariah) memperkuat potensi usaha dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan prinsip *muamalah* syariah serta praktik muzakki yang jujur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin adil dan transparan harga yang ditawarkan, semakin besar potensi peningkatan pendapatan. Hal ini karena dapat mengindikasikan rasa puas terhadap pelanggan, percaya dan loyal terhadap jasa yang diberikan. Dengan demikian, strategi penetapan harga syariah bukan

⁹ Faisol, “Pengaruh Konsep Iman, Islam dan Ihsan terhadap Perilaku Seseorang”, dalam *Maliki Interdisciplinary Journal*, Vol. 2, No. 6, 2024, hlm.738.

¹⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Cet. I ; Yogyakarta : Akademo Manajemen Perusahaan YKPN, 2003), hlm.57.

¹¹ Agung Eko Purwana, *Keadilan : Pendekatan Ekonomi Islam Teori, Masalah dan Kebijakan*, dalam Ely Masykuroh, (Cet. I ; Ponorogo : STAIN Po PRESS, 2016), hlm.10.

hanya sekedar aspek bisnis, tapi juga menjadi faktor penentu keberlanjutan pendapatan yang halal dan berkah bagi pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA).

Dalam bukunya, Syaparuddin menyampaikan bahwa Ibnu Taimiyah memperkenalkan konsep harga yang adil dalam menentukan nilai suatu barang atau jasa. Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang adil adalah nilai yang diterima secara umum oleh masyarakat sebagai harga yang sepadan dengan barang yang dijual atau barang sejenis lainnya, meskipun berada di tempat dan waktu yang berbeda. Ibnu Taimiyah juga menjelaskan dua istilah penting terkait harga, yaitu kompensasi yang setara atau adil (*'Iwad al-Mitsl*) dan harga yang setara atau adil (*Tsaman al-Mitsl*). Kompensasi yang setara dinilai berdasarkan hal-hal yang setara, dan hal ini merupakan inti dari konsep keadilan (*Nafs al-'Adl*).¹²

Harga merupakan nilai tukar yang setara dengan uang atau barang lain yang digunakan untuk mendapatkan manfaat dari suatu barang atau jasa oleh individu maupun kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk menentukan nilai finansial suatu produk barang atau jasa. Dalam perspektif Islam, harga terbentuk secara alami melalui mekanisme permintaan dan penawaran dengan tujuan mencapai kemaslahatan (*maslahah*).¹³

b. Pendapatan

Dari sisi pendapatan, ditemukan bahwa sebagian *Make Up Artist* (MUA) membagi hasil usahanya dengan skema 70% untuk modal dan 30% untuk keuntungan. Hal ini sejalan dengan prinsip al-iqtisad (keseimbangan) dalam pengelolaan keuangan syariah.

¹² Syaparuddin, *Ilmu Ekonomi Mikro Islam: Peduli Masalah Vs. Tidak Peduli Masalah*, dalam Jumriani (Ed.), (Cet. I ; TrustMedia Publishing : Yogyakarta, 2017), hlm.208.

¹³ *Ibid*

Rasulullah SAW bersabda. “Sebaik-baik harta adalah harta yang dimiliki oleh orang shalih.” (HR. Ahmad).

Berdasarkan hasil penelitian, pendapatan yang diperoleh pelaku usaha *Make Up Artist* (MUA) tidak hanya dipahami sebatas penerimaan finansial, tetapi juga mencerminkan penerapan prinsip keseimbangan (*al-iqtishad*) dalam mengolah usaha. Hal ini terlihat dari adanya skema pembagian hasil 70% untuk modal dan 30% untuk keuntungan, yang menunjukkan adanya pengelolaan pendapatan yang bijak serta sesuai dengan prinsip keuangan syariah.

Menurut jurnal karya Tasya Putri Azzahra, nilai-nilai dasar yang diajarkan dalam Al-Quran termasuk dalam Prinsip Manajemen Keuangan Syari'ah yang diajarkan oleh Al-Quran. Prinsip tersebut mencakup perdagangan yang memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat, menghindari pelanggaran prinsip keadilan dalam setiap aspek perdagangan, serta mendorong sikap kasih sayang, kerja sama, dan persaudaraan *universal*. Selain itu, prinsip-prinsip ini melarang investasi dalam usaha yang dapat merusak akal dan moral, serta menjamin bahwa barang yang diperjualbelikan adalah halal dan sehat. Prinsip-prinsip tersebut juga menekankan pentingnya melaksanakan ibadah dan selalu mengingat Allah Swt. dalam setiap kegiatan perdagangan.¹⁴

Prinsip ini menekankan pentingnya pemisahan modal dan laba agar usaha tetap berkelanjutan serta tidak mengganggu keberlangsungan finansial. Menurut Ibnu Taimiyah, aktivitas ekonomi harus berlandaskan *maslahah* (kemanfaatan) dan keadilan, sehingga keberlangsungan usaha dapat memberikan manfaat bagi

¹⁴ Tasya Putri Azzahra dan Rayyan Firdaus, “Solusi Etis Bagi Pengelolaan Keuangan Berbasis Nilai Islam”, dalam *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah*, dan Pajak, Vol. 1 No. 4, Tahun 2024, hlm.57.

pemilik sekaligus masyarakat sekitar.

Dalam buku Darmawati Al-Gazali menjelaskan bahwa menurut asalnya masalah itu berarti sesuatu yang mendatangkan manfaat (keuntungan) dan menjauhkan dari mudarat (kerusakan).¹⁵

2. Usaha Jasa *Make Up Artist* (MUA) ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam

Items clustered berfungsi untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema yang mengandung nilai-nilai ekonomi Islam, seperti strategi pemasaran syariah dan zakat. Melalui pengelompokan ini, peneliti dapat melihat keterkaitan antara praktik bisnis yang dijalankan *Make Up Artist* (MUA) dengan prinsip-prinsip etika Islam. Hasil *klaster* menunjukkan bahwa sebagian praktik usaha, seperti menjaga harga agar sesuai pasaran dan memberikan pelayanan yang amanah, sejalan dengan nilai-nilai syariah.

Dengan demikian, pembuatan *items clustered* tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu visualisasi data, tetapi juga menjadi instrumen analisis yang mendukung interpretasi hasil penelitian sesuai kedua rumusan masalah.

a. Strategi Pemasaran Syariah

Para *Make Up Artist* (MUA) menerapkan strategi promosi melalui media sosial, promosi dari mulut ke mulut, serta menjaga amanah dalam layanan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...*” (QS. An-Nisa: 58).

Rasulullah SAW bersabda: “*Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada.*” (HR. Tirmidzi).

¹⁵ Darmawati, *Ushul Fiqh*, (Cet. I ; Jakarta : Prenadamedia Group, 2019), hlm.70.

Dengan demikian, meskipun para *Make Up Artist* (MUA) belum secara sadar menamakan strategi mereka sebagai pemasaran syariah, praktik jujur, transparan, dan amanah yang mereka lakukan sudah sesuai dengan prinsip syariah dalam pemasaran.

Pendekatan syariah memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi baik usaha. Strategi pemasaran syariah bagi *Make Up Artist* (MUA) melibatkan tiga elemen penting biaya sesuai skala layanan, profesional kerja dan lokasi strategis. Pendekatan ini membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang berdampak positif pada pendapatan dan keberlangsungan usaha . Pelaksanaan pelayanan prima dan *customer rewards* dalam *setting beauty care* muslimah semakin memperkuat hubungan jangka panjang antara usaha dan pelanggan .

Karakteristik pemasaran Syariah yang berbeda dengan pemasaran konvensional adalah sifatnya yang religius yang kegiatan pemasarannya tidak diwarnai dengan tindakan yang dapat merugikan pihak lain, karena seorang pemasar berkeyakinan bahwa Allah Swt. selalu bersamanya dan selalu mengawasi segala bentuk kegiatan usahanya, dan segala sesuatu yang dilakukan seorang pemasar akan dimintai pertanggung jawaban atas pelaksanaan syariat yang akan dilaksanakan pada hari kiamat.¹⁶

Pemasaran merupakan sebuah proses social dan juga manajerial yang mengikat antara individu dan juga kelompok guna mendapatkan apa yang menjadi

¹⁶ Tate Agape Bawana, *Konsep Dasar Dan Karakteristik Pemasaran Syariah*, dalam Safarinda Imani (Ed.) *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam, (Cet. I ; CV. Media Sains Indonesia : Jawa Barat, 2023), hlm.4.*

kebutuhan mereka. Dan juga untuk mendapatkan keinginan dari individu dan kelompok tersebut. Caranya dengan membuat atau menciptakan sesuatu agar bias digunakan untuk melakukan barter atau pertukaran barang dan juga jasa. Dan tentu saja terdapat nilai antara seseorang dan juga barang yang lainnya.¹⁷

b. Zakat

Zakat adalah sebutan bagi bentuk pengambilan sesuatu dari harta tertentu berdasarkan sifat-sifat yang telah ditentukan dan diperuntukkan golongan tertentu pula. Zakat merupakan sarana atau pengikat yang kuat dalam membina hubungan manusia dengan Allah dan hubungan antar sesama manusia (kaya dan miskin). Islam telah memberikan tuntunan bagi kehidupan manusia dan zakat adalah salah satu bentuk cara hidup sosial yang peduli sesama manusia, dimana zakat berfungsi sebagai jembatan untuk mempererat hubungan kasih sayang antar umat manusia.¹⁸

Zakat bukan merupakan *hibah* atau pemberian, bukan pula *tabarru* atau sumbangan, tetapi ia adalah penunaian kewajiban orang-orang yang mampu (kaya) atas hak orang miskin dan beberapa *mustahiq* lainnya.¹⁹ Sesungguhnya zakat bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan para *mustahik* terutama fakir miskin yang bersifat konsumtif dalam waktu sesaat. Tapi zakat memberikan kecukupan dan kesejahteraan kepada para *mustahik* terutama fakir miskin mereka, dengan cara menghilangkan atau memperkecil penyebab kehidupan mereka

¹⁷ Atika Aini Nasution, dkk, *Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional*, dalam Irma Yunita, (Cet. I ; Padang Sidempuan : PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hlm.1.

¹⁸ Ahmad Sudirman Abbas, *Zakat : Ketentuan dan Pengelolaannya*, (Cet. I ; Jawa Barat : CV Anugrahberkah Sentosa, 2017), hlm.10.

¹⁹ Zulkifli, *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shadaqoh, Wakaf dan Pajak*, dalam Sukiyat (Ed.), (Cet. I ; Yogyakarta : Kalimedia, 2020), hlm.5.

menjadi miskin.²⁰

Tingkat kesadaran responden terhadap zakat penghasilan berbeda-beda. Sebagian hanya bersedekah, sebagian pernah menunaikan zakat ketika penghasilan mencapai nisab. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka...” (QS. At-Taubah: 103).

Rasulullah SAW bersabda: “Harta tidak akan berkurang karena sedekah.” (HR. Muslim).

Meskipun tidak semua responden menghitung zakat secara formal, kebiasaan mereka untuk berbagi melalui sedekah mencerminkan nilai Islam dalam menumbuhkan solidaritas sosial. Dengan edukasi lebih lanjut, zakat penghasilan dapat diterapkan lebih terstruktur sehingga usaha menjadi lebih berkah dan memberi manfaat bagi masyarakat luas.

Sebagai bagian dari tanggung jawab spiritual dan sosial, setiap usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) wajib membayar zakat atas laba bersih yang telah memenuhi nisab (85 gram emas), dengan tarif 2,5% setelah haul satu tahun. Pendekatan ini telah menjadi konsensus para ulama dan diterapkan sebagai zakat perusahaan jasa (*zakat al-maāl*). Manfaat dari zakat tidak hanya membersihkan harta pelaku usaha, tetapi juga mendukung pemerataan ekonomi dan keberkahan usaha itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran pelaku usaha jasa *Make Up Artist* (MUA) dalam menunaikan zakat maupun bersedekah menunjukkan adanya penerapan nilai-nilai spiritual dalam praktik usaha mereka.

²⁰ Didin Hafidhuddin, dkk, *Fiqih Zakat Indonesia*, (Cet. II ; Jakarta : Badan Amil Zakat Nasional, 2015), hlm.3.

Seperti Febyolah yang sudah pernah melaksanakan sakt dari pendapatan bersihnya memperlihatkan bahwa usaha yang dijalankan bukan hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga dilandasi dengan tanggung jawab religius dan sosial.

KESIMPULAN

1. Usaha jasa Make Up Artist (MUA) di Kabupaten Kolaka terbukti mampu meningkatkan pendapatan pelakunya secara signifikan. Penetapan harga yang adil, pengelolaan produk yang efisien, serta strategi promosi yang konsisten menjadikan pendapatan Make Up Artist (MUA) bervariasi dari Rp 1.000.000 hingga Rp 30.000.000 per bulan, bergantung pada jam terbang, reputasi, dan konsistensi promosi. Hal ini membuktikan bahwa Make Up Artist (MUA) berperan penting sebagai bentuk usaha mikro kreatif yang potensial dalam menopang ekonomi rumah tangga. Dapat disimpulkan bahwa usaha jasa Make Up Artist (MUA) di Kabupaten Kolaka layak untuk dikembangkan.
2. Praktik usaha para Make Up Artist (MUA) di Kolaka pada umumnya sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Mereka menerapkan kejujuran, menjaga amanah, menggunakan produk halal, dan menolak praktik yang bertentangan dengan syariah. Selain itu, sebagian telah menunaikan zakat maupun sedekah sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Dengan demikian, usaha jasa Make Up Artist (MUA) tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga berkontribusi pada penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Ilyas, M. 2022. Analisis Kelayakan Usaha Kopra Putih Di Kabupaten Indragiri Hilir Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *dalam slamic Business and Finance (IBF)*, Vol. 3, No.2, hlm. 161.

Nuraisyah. 2023. Analisis Kelayakan Usaha Jasa Tata Rias Aisyah Make Up Di Makassar. *dalam Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, hlm. 15.

Kementrian Agama Al-Quran dan Terjemahan 2013.

Shihab, M. Q. 1999 M. Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an. Cairo.

Suwiknyo, D. 2010. Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam, (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar

NU Online, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 58 : Urgensi Menjaga Amanah", dalam <http://quran.nu.or.id/al-insyirah/5>

Faisol. 2024. Pengaruh Konsep Iman, Islam dan Ihsan teradap Perilaku Seseorang. *dalam Maliki Interdisciplinary Journal*, Vol. 2, No. 6, hlm.738.

Muhammad. 2003. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta : Akademo Manajemen Perusahaan YKPN.

Purwana, A. E. 2016. *Keadilan : Pendekatan Ekonomi Islam Teori, Masalah dan Kebijakan*, dalam Ely Masykuroh. Ponorogo : STAIN Po PRESS.

Syaparuddin. 2017. *Ilmu Ekonomi Mikro Islam: Peduli Masalah Vs. Tidak Peduli Masalah*, dalam Jumriani (Ed.). TrustMedia Publishing : Yogyakarta.

Firdaus, R & Azzahra, T. P. 2024. Solusi Etis Bagi Pengelolaan Keuangan Berbasis Nilai Islam. *dalam Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, Vol. 1 No. 4, hlm.57.

Darmawati. 2019. *Ushul Fiqh*, Jakarta : Prenadamedia Group.

Bawana, T. A. 2023. *Konsep Dasar Dan Karakteristik Pemasaran Syariah*, dalam Safarinda Imani (Ed.) Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam. CV. Media Sains Indonesia : Jawa Barat.

- Nasution, A. A. 2022. *ManajemeN Pemasaran Syariah dan Konvnsional*, dalam Irma Yunita, Padang Sidempuan : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Abbas, A. S. 2017. *Zakat : Ketentuan dan Pengelolaannya*. Jawa Barat : CV Anugrahberkah Sentosa.
- Zulkifli. 2020. *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shadaqoh, Wakaf dan Pajak*, dalam Sukiyat (Ed.)Yogyakarta : Kalimedia, 2020), hlm.5.
- Hafidhuddin, D. 2015. *Fiqih Zakat Indonesia*. Jakarta : Badan Amil Zakat Nasional.