

Optimalisasi UMKM Berbasis Syariah: Studi Kasus Browsist Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner

Friska Efia Akwila¹, Filzah Aulia²

¹⁻² Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: friskaefia@gmail.com¹, filzahaulia19@gmail.com²

Abstract: *Small and medium enterprises (SMEs) play a very important role in the economy, especially in developing countries like Indonesia. Developing countries such as Indonesia. This research aims to develop mentoring strategy for SMEs in the snack food sector, specifically "BROWSIST," which faces challenges in digital marketing, operational efficiency, and implementation of sharia economic principles. Through qualitative descriptive approach, this research conducts mentoring with a focus on optimizing digital marketing, improving operational management, and integrating sharia principles in every aspect of the business. integration of sharia principles in every aspect of the business. The results of the mentoring showed a significant increase in turnover, number of customers, and operational efficiency after three months. efficiency after three months. In addition, stronger application of sharia principles in business transactions and finances principles in business transactions and finances strengthens BROWSIST's position in the halal market. halal market. This study suggests the importance of sustainability in brand development, increasing production capacity, and expanding market reach to support more sustainable business growth. market to support more sustainable business growth.*

Keywords: *Business Small and Medium Enterprises (SMEs), Operational Efficiency, Sharia Principles, BROWSIST, Snack Food Sector.*

Abstrak: Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pendampingan bagi UKM di sektor makanan ringan, khususnya "BROWSIST," yang menghadapi tantangan dalam pemasaran digital, efisiensi operasional, dan penerapan prinsip ekonomi syariah. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini melakukan pendampingan dengan fokus pada optimalisasi pemasaran digital, perbaikan manajemen operasional, dan integrasi prinsip syariah dalam setiap aspek bisnis. Hasil dari pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam omzet, jumlah pelanggan, dan efisiensi operasional setelah tiga bulan. Selain itu, penerapan prinsip syariah yang lebih kuat dalam transaksi dan keuangan usaha memperkuat posisi BROWSIST di pasar halal. Penelitian ini menyarankan pentingnya keberlanjutan dalam pengembangan merek, peningkatan kapasitas produksi, dan perluasan jangkauan pasar untuk mendukung pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

Kata Kunci: Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Efisiensi Operasional, Prinsip Syariah, BROWSIST, Sektor Makanan Ringan.

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia (Wahab dan Mahdiya, 2023). Salah satu sektor usaha yang menjadi tulang punggung ekonomi daerah adalah industri makanan ringan, yang mencakup produksi keripik singkong (Irawan et, al 2024). Salah satu pelaku usaha di sektor ini adalah "BROWSIST". Meskipun memiliki produk berkualitas, usaha ini menghadapi sejumlah tantangan. Tantangan utama yang dihadapi adalah lemahnya strategi pemasaran digital, yang mengakibatkan produk sulit bersaing dengan merek-merek lain yang telah memanfaatkan teknologi secara maksimal. Selain itu,

kapasitas produksi yang terbatas akibat manajemen operasional yang belum optimal turut menghambat pertumbuhan usaha ini.

Para pemuda bergerak memulai bisnis melalui program kewirausahaan yang diprakarsai oleh berbagai institusi sehingga meningkatkan kesadaran generasi milenial untuk berwirausaha bahkan sebagian telah memulai bisnis permulaan (startup business). Tantangan besar adalah bagaimana menjaga semangat bisnis di kalangan milenial tetap menyala dan menyiapkan mahasiswa pengusaha dalam menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnis mereka agar bertahan dan sukses. (Jaharuddin, dkk, 2019).

Faktor utama yang mendorong Gen Z dan milenial untuk mendirikan bisnis mikro adalah bukan hanya keinginan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga keinginan untuk melakukan dampak sosial. Banyak dari mereka menjalankan bisnis mereka berdasarkan keberlanjutan, mendorong komunitas lokal, dan mendukung nilai-nilai inklusif. Namun, di tengah berbagai peluang, generasi ini juga menghadapi banyak tantangan, seperti persaingan pasar yang ketat, keterbatasan modal, dan kurangnya pengalaman dalam mengelola usaha. Oleh karena itu, untuk menjamin keberlanjutan usaha mikro yang mereka kembangkan, diperlukan strategi yang tepat dan dukungan dari berbagai pihak. Karena Gen Z dan milenial memiliki potensi yang sangat besar, usaha mikro yang mereka jalankan akan membantu pertumbuhan ekonomi negara serta menjadi motor penggerak inovasi dan transformasi dalam dunia bisnis di masa depan.

Dalam konteks usaha, pendekatan yang tepat sangat diperlukan untuk membantu UKM seperti "BROWSIST". Strategi pendampingan tidak hanya harus mengidentifikasi akar permasalahan, tetapi juga menawarkan solusi praktis yang dapat diterapkan dengan cepat. Sebagai contoh, penerapan strategi pemasaran digital berbasis media sosial dapat meningkatkan jangkauan pasar sekaligus memperkuat merek. Selain itu, peningkatan kapasitas manajemen operasional melalui pelatihan dan pengadaan alat produksi yang lebih efisien juga merupakan langkah yang esensial. Analisis pasar aktual diyakini mampu memberikan dampak yang lebih signifikan dalam membantu usaha ini keluar dari permasalahan yang dihadapi (Disemadi dan Roisah, 2019).

Namun, kajian literatur menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) dalam penelitian terdahulu terkait efektivitas strategi pendampingan usaha kecil berbasis teknologi. Banyak penelitian berfokus pada sektor usaha lain seperti tekstil atau kerajinan tangan seperti penelitian yang dilakukan oleh Nuraini et, al (2024); Anaam et,al (2022) dan Adi dan Ardiyansyah (2024). Selain itu, meskipun penelitian terkait pemasaran digital cukup

banyak, studi yang secara spesifik mengaitkan strategi tersebut dengan penguatan kapasitas operasional UKM masih terbatas. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian yang lebih mendalam untuk menjawab kebutuhan spesifik sektor ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam mengisi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan strategi bisnis berbasis pemasaran digital yang terintegrasi dengan peningkatan kapasitas operasional. *Novelty* dari penelitian ini terletak pada pendekatan holistik yang menggabungkan dua aspek penting tersebut, sehingga dapat menjadi model pendampingan yang aplikatif dan relevan bagi usaha kecil di sektor makanan ringan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat akademis, tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha seperti "BROWSIST".

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi bisnis yang relevan bagi UKM di sektor makanan ringan, khususnya usaha "Browsist." Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur untuk memastikan keakuratan data dan relevansi hasil. Tahapan pertama adalah pengumpulan data primer dan sekunder (Daruhadi dan sopiati, (2024). Data primer diperoleh melalui observasi langsung ke lokasi usaha, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, dan diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*) Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari literatur, dokumen bisnis, laporan keuangan, dan data statistik terkait sektor makanan ringan di wilayah tersebut (Ariani dan Hermawan, 2023).

Tahapan kedua adalah analisis kebutuhan (*needs analysis*) yang dilakukan untuk mengidentifikasi akar permasalahan dan potensi yang dimiliki usaha "Browsist." Hasil analisis ini kemudian menjadi dasar untuk merancang strategi bisnis yang sesuai. Tahapan ketiga adalah implementasi strategi bisnis. Strategi ini meliputi pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial, optimalisasi penggunaan *platform e-commerce*, serta pengelolaan operasional yang lebih efisien melalui penerapan teknologi sederhana. Pendampingan dilakukan secara bertahap dengan melibatkan tim ahli di bidang pemasaran dan manajemen operasional untuk memastikan keberhasilan program. Tahapan terakhir adalah evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan triangulasi data, di mana hasil observasi, wawancara, dan laporan kinerja usaha dibandingkan untuk menilai efektivitas program yang diterapkan. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan omzet, perluasan jangkauan pasar, dan efisiensi

operasional. Selain itu, feedback dari pemilik usaha dan karyawan juga diintegrasikan dalam evaluasi untuk memastikan program sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

BROWSIST adalah sebuah UMKM di bidang kuliner yang fokus pada produksi brownies premium berbasis pre-order, didirikan pada tahun 2023 oleh Friska Efia Akwila dan Filzah Aulia di wilayah Pamulang dan sekitarnya. Usaha ini menawarkan produk *homemade* berkualitas tinggi dengan bahan baku premium, seperti cokelat unggul, yang ditujukan untuk konsumen muda dan dewasa yang mencari camilan premium dengan cita rasa istimewa. Dengan strategi pemasaran yang mengutamakan kepuasan pelanggan, BROWSIST mampu mempertahankan konsistensi rasa dan fleksibilitas dalam memenuhi permintaan pelanggan. Melalui harga yang kompetitif, BROWSIST menjadikan produknya cocok untuk berbagai momen, baik sehari-hari maupun acara khusus.

Tujuan utama BROWSIST adalah menjadi pelopor brownies premium di wilayahnya dengan meningkatkan brand awareness melalui strategi pemasaran berbasis pengalaman pelanggan dan menjaga loyalitas konsumen melalui konsistensi rasa dan kualitas. Selain itu, usaha ini juga berfokus pada perluasan jangkauan pasar dengan mengoptimalkan promosi digital dan diversifikasi produk sesuai kebutuhan pasar. Namun, meskipun memiliki potensi besar, BROWSIST menghadapi beberapa tantangan, termasuk fluktuasi pendapatan musiman yang memerlukan diversifikasi produk, promosi yang masih mengandalkan Word of Mouth Marketing, serta pengelolaan stok bahan baku dan kapasitas produksi yang belum terstandarisasi secara optimal.

BROWSIST menunjukkan omzet yang fluktuatif, berkisar antara Rp 120.000 hingga Rp 1.000.000 per periode, terutama saat momen spesial. Harga produk berkisar Rp 40.000 hingga Rp 45.000 per pcs, mencerminkan kualitas premium bahan baku. Basis pelanggan berasal dari area Pamulang dengan promosi dominan dari mulut ke mulut. Operasional dilakukan fleksibel berdasarkan pre-order, namun pengelolaan stok yang belum optimal menyebabkan potensi pemborosan dan ketidaksiapan dalam menghadapi lonjakan permintaan. Dari sisi penerapan prinsip syariah, meskipun belum sepenuhnya diintegrasikan, usaha ini telah menunjukkan komitmen terhadap penggunaan bahan baku halal dan proses produksi higienis. Hal ini menunjukkan peluang untuk lebih mengintegrasikan prinsip syariah dalam operasional dan pemasaran guna mendukung pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

A. Rencana Strategis

Rencana strategis untuk BROWSIST dirancang untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, mengoptimalkan manajemen keuangan, dan mengintegrasikan prinsip syariah dalam bisnis. Dalam aspek operasional, pendampingan dimulai dengan evaluasi sistem produksi secara menyeluruh untuk memastikan efisiensi dan standar kualitas yang konsisten. Pelatihan perencanaan kebutuhan bahan baku berbasis permintaan dilakukan guna mengurangi pemborosan, didukung oleh penggunaan teknologi sederhana seperti aplikasi pencatatan stok dan alat bantu produksi. Selain itu, penyusunan prosedur operasional standar (SOP) menjadi langkah penting untuk menjaga kualitas produk seiring dengan peningkatan volume produksi. Untuk pemasaran, strategi difokuskan pada peningkatan kehadiran digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, dengan menampilkan konten menarik yang menonjolkan nilai produk, seperti kualitas premium dan bahan halal. Pendampingan juga meliputi pelatihan penggunaan platform e-commerce untuk memperluas saluran penjualan dan promosi berbayar (*paid ads*) untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam hal manajemen keuangan, BROWSIST akan didampingi dalam penyusunan laporan keuangan sederhana, pengoptimalan biaya produksi melalui negosiasi harga bahan baku, serta pengelolaan dana untuk menciptakan cadangan kas guna menghadapi fluktuasi permintaan.

Di sisi prinsip syariah, berfokus pada pengintegrasian sistem transaksi yang transparan dan pelatihan untuk menghindari praktik riba (Apriani, 2024). Hal ini mencakup penggunaan skema pembiayaan halal dan pengenalan etika bisnis syariah, seperti kejujuran dalam pemasaran dan kepatuhan terhadap kontrak jual beli. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan BROWSIST dapat memperkuat identitas sebagai bisnis yang berbasis pada nilai-nilai Islam, sekaligus meningkatkan kepercayaan pelanggan dan daya saing di pasar.

B. Implementasi & Target Hasil Akhir

Target hasil akhir untuk BROWSIST dirancang untuk memberikan dampak positif yang signifikan pada aspek keuangan, operasional, pemasaran, dan penerapan prinsip syariah dalam bisnis. Salah satu target utama adalah peningkatan omzet sebesar 15%-20% dalam waktu tiga bulan. Hal ini akan dicapai melalui optimalisasi pemasaran digital, peningkatan visibilitas merek di media sosial, dan perluasan saluran penjualan melalui *platform e-commerce*. Dengan strategi ini, diharapkan lebih banyak konsumen

dapat dijangkau, terutama melalui pengenalan produk baru atau variasi yang menarik. Selain itu, peningkatan efisiensi operasional juga akan mendukung target ini dengan menekan pemborosan bahan baku dan memastikan konsistensi kualitas produk. Target lainnya adalah penurunan biaya operasional sebesar 10%-15% melalui pengelolaan stok yang lebih terencana, penggunaan teknologi pencatatan sederhana, dan negosiasi harga bahan baku yang lebih kompetitif. Langkah-langkah ini akan membantu BROWSIST mengelola aliran kas secara lebih efisien tanpa mengurangi kualitas produk. Dalam hal pertumbuhan pelanggan, pendampingan menargetkan peningkatan pelanggan baru sebesar 25%-30% dalam tiga bulan. Strategi pemasaran yang lebih kreatif dan terarah, termasuk promosi berbayar di media sosial dan konten menarik, akan digunakan untuk menarik minat konsumen baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, target penting lainnya adalah penerapan penuh prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek bisnis BROWSIST. Hal ini mencakup transparansi dalam transaksi, penggunaan bahan baku halal, serta penghindaran praktik riba. Pendampingan akan memberikan pemahaman yang mendalam kepada pemilik usaha tentang etika bisnis syariah, yang tidak hanya mendukung pertumbuhan finansial tetapi juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dengan pendekatan ini, BROWSIST diharapkan dapat berkembang secara holistik, memenuhi kebutuhan pasar, dan mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

C. Evaluasi dan Pengukuran Dampak:

Hasil Evaluasi Setelah 3 Bulan adalah sebagai berikut:

1) Kinerja Finansial

Selama 3 bulan, terdapat peningkatan signifikan dalam omzet dan laba bersih BROWSIST. Omzet yang sebelumnya berkisar antara Rp 120.000 hingga Rp 1.000.000 per periode meningkat menjadi Rp 1.500.000 hingga Rp 2.000.000 per periode. Peningkatan ini didorong oleh strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce, yang berhasil menjangkau pelanggan baru di luar area Pamulang. Laba bersih juga mengalami kenaikan karena implementasi efisiensi biaya produksi, seperti negosiasi harga bahan baku yang lebih kompetitif dan pengelolaan stok yang lebih baik.

2) Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional yang terlihat dari penurunan biaya operasional sebesar 12%. Optimalisasi proses produksi melalui penggunaan alat modern dan perencanaan stok

yang lebih baik membantu mengurangi pemborosan bahan baku. Selain itu, pelatihan pengelolaan keuangan yang diberikan kepada pemilik usaha meningkatkan kemampuan dalam mengelola dana usaha, memastikan setiap pengeluaran terencana dengan baik, dan meminimalkan pengeluaran yang tidak perlu. Efisiensi ini tidak hanya meningkatkan profitabilitas tetapi juga memastikan stabilitas operasional dalam jangka panjang.

3) Peningkatan Jumlah Pelanggan

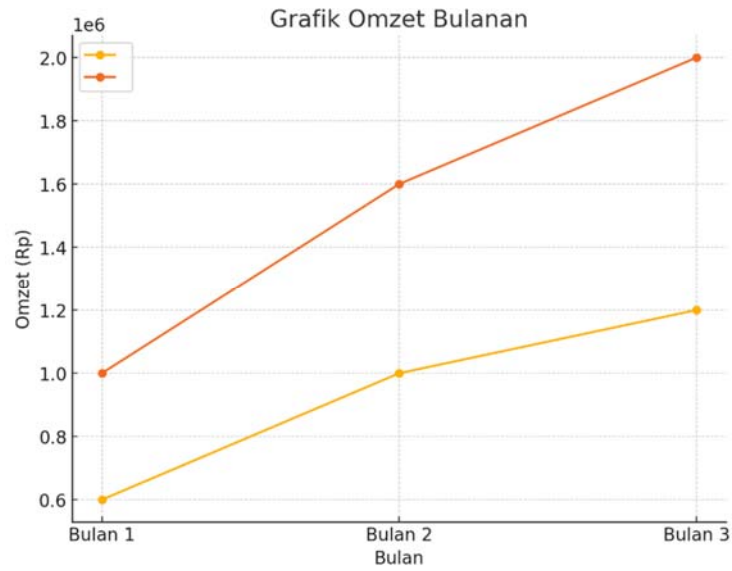
Jumlah pelanggan juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. BROWSIST mengandalkan promosi dari mulut ke mulut di sekitar Pamulang. Setelah pendampingan, pelanggan baru meningkat sebesar 30% melalui strategi pemasaran digital yang terarah. Media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan untuk menampilkan konten menarik yang berhasil menarik perhatian audiens muda. Selain itu, penggunaan platform e-commerce mempermudah pelanggan dalam memesan produk, yang turut mendorong pertumbuhan basis pelanggan.

Tabel 1. Evaluasi

Aspek		
Omzet	Rp 120.000 – Rp 1.000.000 per periode	Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 per periode
Laba Bersih	Belum dihitung secara detail	Meningkat (rata-rata 20% dari omzet)
Biaya Operasional	Tidak efisien, banyak pemborosan	Turun 12% melalui pengelolaan yang optimal
Jumlah Pelanggan	Didominasi area Pamulang, bertambah secara alami	Bertambah 30%, menjangkau area lebih luas

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1 di atas berikut grafik yang menggambarkan kondisi tersebut:



Grafik 1. Omset Bulanan

Sumber: Data Diolah (2025)



Grafik 2. Perubahan Jumlah Pelanggan

Sumber: Data Diolah (2025)



Grafik 1. Perbandingan Biaya Operasional

Sumber: Data Diolah (2025)



Grafik 1. Penerapan Prinsip Syariah

Sumber: Data Diolah (2025)

Grafik-grafik di atas menampilkan evaluasi usaha BROWSIST:

- 1) Grafik Omzet Bulanan menunjukkan peningkatan omzet yang signifikan dari rata-rata Rp 1.000.000
- 2) Grafik Perubahan Jumlah Pelanggan menggambarkan pertumbuhan jumlah pelanggan sebesar 25-30%, terutama setelah implementasi pemasaran digital.

- 3) Perbandingan Biaya Operasional menampilkan efisiensi operasional, dengan penurunan biaya sebesar 10-12% melalui optimalisasi produksi dan manajemen stok.
- 4) Grafik Penerapan Prinsip Syariah memperlihatkan kenaikan persentase transaksi yang mematuhi prinsip syariah, meningkat dari 50% menjadi 80-90% setelah pendampingan.

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi untuk pengembangan usaha BROWSIST yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan kinerja usaha. Salah satunya adalah pengembangan strategi keberlanjutan usaha yang mencakup penguatan identitas merek melalui konsistensi dalam branding dan kualitas produk. Langkah ini bisa dilakukan dengan menciptakan logo menarik, menggunakan kemasan ramah lingkungan, serta membangun cerita merek yang mengedepankan nilai-nilai premium dan etis. Selain itu, BROWSIST juga disarankan untuk memperluas jaringan distribusi dengan bekerja sama dengan mitra lokal, seperti toko kelontong atau kafe, guna meningkatkan omzet dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Optimalisasi pemasaran juga menjadi hal yang penting, dengan memanfaatkan platform *e-commerce* besar seperti Shopee atau Tokopedia untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pengelolaan konten media sosial harus lebih profesional, termasuk penggunaan iklan berbayar yang terarah dan kampanye promosi berkala (Yusnita et,al 2024). Di sisi operasional, penting bagi BROWSIST untuk memperbaiki sistem perencanaan stok agar lebih efisien dan menghindari pemborosan bahan baku. Penggunaan perangkat lunak manajemen inventaris dapat membantu mengelola stok dengan baik, sementara pemisahan keuangan pribadi dan bisnis akan mempermudah pemantauan arus kas dan pengambilan keputusan strategis. Selain itu, pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti mencari mitra perbankan syariah, juga dapat menjadi langkah yang baik (Hidayah et, al 2024).

Di masa depan, pemilik usaha perlu fokus pada peningkatan kapasitas produksi dengan berinvestasi pada alat produksi modern, serta memperbaiki pengelolaan stok dengan memanfaatkan teknologi. Memperluas jangkauan pasar melalui *e-commerce* dan kolaborasi dengan mitra bisnis di kota-kota besar akan membuka peluang pertumbuhan yang lebih besar. Selain itu, peningkatan kompetensi melalui pelatihan rutin dan evaluasi kinerja usaha secara berkala akan membantu mengatasi perubahan tren pasar dan teknologi. Terakhir, penguatan komitmen terhadap prinsip syariah dalam setiap aspek usaha, mulai dari sistem

pembayaran hingga transparansi transaksi, akan memperkuat posisi BROWSIST di pasar halal dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Untuk menjaga keberlanjutan usaha dan meningkatkan kinerja BROWSIST, penting untuk memahami dan mengimplementasikan prinsip ekonomi syariah yang menekankan keadilan, keseimbangan, dan transparansi dalam setiap aspek bisnis. Prinsip syariah mengharuskan usaha untuk menghindari praktik yang mengandung unsur gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan maysir (perjudian), serta memastikan transaksi dilakukan secara adil dan transparan. Oleh karena itu, dalam pengelolaan keuangan usaha, BROWSIST disarankan untuk menggunakan sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti menghindari utang berbunga dan lebih mengutamakan pembiayaan dengan skema bagi hasil atau kerja sama yang saling menguntungkan. Dengan begitu, usaha ini dapat memperkuat posisinya di pasar yang mengutamakan produk halal dan etis, serta menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan yang memiliki prinsip serupa.

4. SIMPULAN DAN LIMITASI

Berdasarkan hasil evaluasi usaha yang dilakukan, usaha BROWSIST menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa aspek, terutama di bidang pemasaran digital, efisiensi operasional, dan penerapan prinsip syariah. Peningkatan omzet dan jumlah pelanggan yang tercatat setelah tiga bulan membuktikan bahwa strategi pemasaran digital dan perbaikan sistem operasional dapat memberikan dampak positif yang besar terhadap pertumbuhan usaha. Selain itu, pengintegrasian prinsip syariah dalam setiap aspek operasional dan pemasaran BROWSIST turut memperkuat posisi usaha di pasar halal dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan adanya evaluasi yang dilakukan secara berkala, usaha ini dapat terus berkembang dengan lebih terencana dan berkelanjutan.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja usaha BROWSIST di masa depan, disarankan agar pemilik usaha terus memperkuat identitas merek melalui konsistensi branding dan kualitas produk. Penggunaan kemasan ramah lingkungan dan promosi yang mengedepankan nilai-nilai premium serta etis dapat menjadi langkah yang tepat untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pengembangan kapasitas produksi dengan investasi pada teknologi modern dan perangkat lunak manajemen inventaris yang lebih efisien akan membantu meningkatkan kapasitas operasional dan mengurangi pemborosan bahan baku. Untuk memperluas jangkauan pasar, kerja sama dengan mitra lokal dan penggunaan platform *e-commerce* seperti Shopee atau Tokopedia dapat menjadi langkah

yang baik. Terakhir, penting bagi BROWSIST untuk tetap mematuhi prinsip ekonomi syariah dalam setiap aspek usaha, mulai dari pengelolaan keuangan hingga transaksi dengan pelanggan, guna meningkatkan loyalitas dan memperkuat daya saing di pasar halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. N. N. S., & Ardiansyah, M. (2024). Analisis peran pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bandar Lampung (Studi kasus kerajinan tenun tapis di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(8), 66–76.
- Anaam, I. K., Hidayat, T., Pranata, R. Y., Abdillah, H., & Putra, A. Y. W. (2022, June). Pengaruh tren otomasi dalam dunia manufaktur dan industri. In *Vocational Education National Seminar (VENS)* (Vol. 1, No. 1).
- Apriani, T., & Apriani, F. (2024). Transformasi Bumdesma konvensional ke syariah dalam pemberdayaan ekonomi berbasis prinsip syariah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 2337–2347.
- Ariani, D. W., Susilo, Y. S., & Herawan, J. E. (2023). Variabel yang memengaruhi keberhasilan wirausaha pemula di DIY. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13(1), 280–297.
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan data penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443.
- Disemadi, H. S., & Roisah, K. (2019). Kebijakan model bisnis bank wakaf mikro sebagai solusi pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Law Reform*, 15(2), 177–194.
- Hidayah, N. R., Setiyowati, A., & Huda, F. (2024). Efektivitas peningkatan literasi keuangan syariah melalui edukasi akad-akad syariah oleh BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik di Desa Ngemboh Gresik. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2680–2690.
- Irawan, R., Rahman, S., Mataniari, F., Purnama, E., Tanjung, N., Armi, A., ... & Husin, Z. (2024). Pembuatan keripik singkong untuk mengembangkan produk UMKM pada pemberdayaan masyarakat Desa Kain Golong Aceh Singkil. *Teknodimas: Teknologi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 61–69.
- Jaharuddin, J., Purnawan, I., Mujiastuti, R., Muthmainnah, R. N., & Prasetyawati, M. (2019). Strategi melahirkan mahasiswa pengusaha pemula (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta). *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 24(13), 25–37.
- Nuraini, R. D., Maharlian, R., Bako, I., Aini, D. S., Ratulia, A., Alfiansyah, A. B., ... & Fadhillah, N. (2024). Kolaborasi desa wirausaha dan industri lokal dalam menciptakan nilai tambah limbah melalui marble fabric. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(6), 10821–10824.

Wahab, A., & Mahdiya, I. (2023). Peran lembaga keuangan syariah terhadap pertumbuhan UMKM dalam revitalisasi ekonomi pembangunan di Indonesia. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 24(1), 109–124.

Yusnita, N., Hendana, D., Sulistiyo, A., & Permana, H. (2024). Pengembangan platform e-commerce dan konten media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM keripik pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan [JURANTAS]*, 2(3), 200–210.