

BAB V

PENUTUP

A. Evaluasi

Pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dalam pengelolaan biji kemiri menjadi produk *Hair vitamin* Minyak Kemiri secara umum berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun. Dari aspek teknis, proses produksi dapat dilakukan dengan peralatan sederhana dan bahan baku yang mudah diperoleh, sehingga mendukung efisiensi usaha skala rumah tangga. Strategi pemasaran yang diterapkan melalui media sosial dan platform e-commerce juga menunjukkan potensi jangkauan pasar yang luas, terutama bagi konsumen yang peduli terhadap produk alami dan halal. Selain itu, penerapan prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, amanah, dan transparansi dalam promosi menjadi nilai tambah yang membedakan produk ini dari pesaing.

Namun demikian, terdapat beberapa hal yang perlu dievaluasi lebih lanjut, terutama dalam konsistensi kualitas produk, penguatan branding, dan perluasan segmentasi pasar. Perencanaan keuangan dan perhitungan BEP perlu disusun lebih sistematis agar tidak terjadi kekeliruan dalam analisis usaha. Selain itu, legalitas produk seperti perizinan usaha dan sertifikasi halal menjadi aspek penting untuk meningkatkan

kepercayaan konsumen dan daya saing di pasar yang lebih luas. Dengan evaluasi ini, program memiliki peluang besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan dan profesional.

B. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha *Hair vitamin* Minyak Kemiri memiliki prospek yang layak dan menjanjikan untuk dikembangkan dalam industri kreatif berbasis ekonomi syariah. Produk ini tidak hanya memanfaatkan potensi sumber daya lokal, tetapi juga menerapkan strategi pemasaran yang terarah serta prinsip-prinsip syariah dalam setiap proses produksi dan distribusi. Dengan modal yang relatif kecil, usaha ini mampu menghasilkan keuntungan serta mencapai titik impas dalam jumlah penjualan yang realistis, sehingga berpotensi menjadi peluang usaha mandiri yang berkelanjutan.

2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah perlunya peningkatan inovasi produk, baik dari segi formulasi, kemasan, maupun variasi aroma untuk menarik minat pasar yang lebih luas. Selain itu, pengurusan legalitas seperti izin usaha dan sertifikasi halal sebaiknya menjadi prioritas agar produk memiliki

daya saing yang lebih kuat. Strategi pemasaran digital juga perlu dioptimalkan dengan konten edukatif dan testimoni konsumen untuk membangun kepercayaan. Dengan pengelolaan yang profesional dan konsisten terhadap nilai-nilai ekonomi syariah, usaha ini diharapkan dapat berkembang lebih besar dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial secara berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

Alharbi, A. (2021). Islamic finance and sustainable development goals. Emerald Publishing.

Antonio, M. S. (2022). Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya. Gema Insani.

Ghfar Ismail, A. (2020). Contemporary Islamic economics and finance. Springer.

Hasan, Z. (2021). Halal business and halal governance. Routledge.

Karim, A. A. (2021). Fiqh muamalah (Edisi ke-3). Rajawali Pers.

Kasmir. (2021). Kewirausahaan (Edisi revisi). PT RajaGrafindo Persada.

Mardiani, N., & Oktaviana, P. O. P. (2020). Pengaruh linoleat pada minyak kemiri bagi pertumbuhan rambut batita di BPM Entin Suryatini Indihang Tasikmalaya. Jurnal Kesehatan Pertiwi, 2(2).

Nurlinda, dkk. (2020). Potensi UMKM dalam menyangga perekonomian kerakyatan di Kalimantan Barat. Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi & Studi Pembangunan.

Nurhayati, S., & Wasilah. (2021). Akuntansi syariah di Indonesia: Teori dan praktik (Edisi revisi). Salemba Empat.

Putri, D. E., Asni, N., Rukmana, M. D., Winona, F., & Putri, T. M. (2025). Analisis kuantitatif kandungan minyak pada kemiri (*Aleurites moluccanus*) menggunakan metode ekstraksi Soxhlet. *Journal of Polymer Chemical Engineering and Technology*.

Qadri, N. (2020). Strategi pemasaran terhadap peningkatan market share di Pegadaian Syariah Sirdap (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare).

Ramadhan, G. (2020). Tinjauan hukum ekonomi syariah tentang jasa pemancingan (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro).

Sajidah Az, S. J. (2022). Strategi peningkatan pendapatan melalui perluasan pangsa pasar dengan pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi pada Wilayah Usaha Telekomunikasi Lampung) (Skripsi, [Nama institusi belum dicantumkan]).

Shoviantari, F., Liziarmezilia, Z., Bahing, A., & Agustina, L. (2020). Uji aktivitas tonik rambut nanoemulsi minyak kemiri (*Aleurites moluccana* L.). *Jurnal Farmasi dan Ilmu Kefarmasian Indonesia*, 6(2).

Suryadi, N., Mayliza, R., & Ritonga, I. (2020). Pengaruh inflasi, biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO), dan pangsa pasar terhadap profitabilitas bank umum syariah di Indonesia periode 2012–2018. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 1–10.

Tim Peneliti. (2024). Strategi pengembangan UMKM: Kesenjangan potensi sumber daya lokal dan nilai tambah (Studi di Kabupaten Serang).

Widayanti, dkk. (2022). Pendampingan pemanfaatan sumber daya lokal untuk kemandirian ekonomi masyarakat.

JICC – Journal of Interdisciplinary Communication. (2024). Pengaruh environmental concern terhadap purchase intention skincare alami di Indonesia.

JUCAPENBI. (2024). Review artikel uji kandungan ekstrak biji kemiri (*Aleurites moluccana* L.) sebagai penumbuh rambut, 1(4).

Jurnal Ekonomi Islam & Kewirausahaan. (2024). Artikel tentang Islamic entrepreneurship dan nilai tambah syariah di Indonesia.

Jurnal Veteriner & Biomedis. (2023). Efektivitas minyak kemiri (*Aleurites moluccana* L.) sebagai penumbuh rambut. IPB University.

Pharmascience. (2022). Formulasi dan penilaian fisik sediaan spray minyak kemiri sebagai pertumbuhan rambut. Universitas Lambung Mangkurat.

SELMA Journal. (2022). Analisis niat beli dan perilaku konsumen terhadap produk perawatan berbahan natural. Universitas Islam Indonesia..