

PEMBERDAYAAN UMKM, SAPU LIDI MELALUI PENGUATAN BRANDING BERBASIS EKONOMI SYARIAH DI DESA SUKA MAKMUR KECAMATAN BINJAI KABUPATEN LANGKAT

Sindy Aulia Sari¹, Anandita Salwa², Stefani³, Titir Nauli Siagian⁴, Syarbaini Saleh⁵

auliasindy875@gmail.com¹, ananditasalwa987@gmail.com², sf967062@gmail.com³,

Naulisiagian2004@gmail.com⁴, syarbainisaleh@uinsu.ac.id⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat melalui penguatan branding berbasis prinsip ekonomi syariah. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Permasalahan yang ditemukan berkaitan dengan belum optimalnya identitas produk dan pengenalan usaha kepada konsumen. Kegiatan pemberdayaan dilakukan melalui identifikasi kondisi usaha, pendampingan pengembangan identitas produk, pembuatan logo, serta edukasi mengenai penerapan branding dan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM sapu lidi memiliki identitas visual yang lebih jelas melalui pengembangan logo dan branding yang dapat diterapkan pada produk maupun media promosi. Pelaku UMKM juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya identitas produk serta penerapan nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Penguatan branding berbasis ekonomi syariah diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM berbasis potensi lokal.

Kata Kunci: UMKM, Pemberdayaan, Ekonomi Syariah, Branding, Sapu Lidi.

ABSTRACT

This community service activity aims to empower broomstick MSME actors in Suka Makmur Village, Binjai District, Langkat Regency through branding development based on Islamic economic principles. The activity employed a descriptive approach through observation, interviews, documentation, and mentoring. The problems identified were related to the limited development of product identity and the introduction of the business to consumers. The empowerment activities were carried out through the identification of business conditions, mentoring in product identity development, logo creation, and education on branding and the application of Islamic economic principles in business activities. The results indicate that the broomstick MSME obtained a clearer visual identity through the development of a logo and branding that can be applied to products and promotional media. The activity also improved the MSME actors' understanding of the importance of product identity and the application of honesty, trustworthiness, justice, and public benefit in production and marketing activities. Branding development accompanied by the application of Islamic economic principles can serve as an initial step in strengthening the competitiveness and sustainability of local potential-based MSMEs.

Keywords: MSMEs, Empowerment, Islamic Economics, Branding, Broomstick.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana untuk mengembangkan potensi dan sumber daya lokal menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM diperlukan agar pelaku usaha tidak hanya mampu mempertahankan kegiatan produksi, tetapi juga memiliki kemampuan dalam mengembangkan produk, membangun identitas usaha, dan meningkatkan daya saing di tengah perkembangan kebutuhan konsumen. Dalam perspektif ekonomi syariah, pemberdayaan UMKM juga diarahkan pada terciptanya kegiatan ekonomi yang memperhatikan nilai keadilan,

kemaslahatan, kejujuran, dan kebermanfaatan bagi masyarakat (Jasri et al., 2023).

Salah satu potensi usaha masyarakat yang terdapat di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat adalah UMKM yang memproduksi sapu lidi. Produk sapu lidi merupakan produk berbasis potensi lokal yang memanfaatkan keterampilan dan sumber daya masyarakat setempat. Meskipun memiliki potensi untuk dikembangkan, keberadaan produk lokal tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen. Produk yang memiliki kualitas dan manfaat belum tentu mudah dikenali apabila belum memiliki identitas usaha yang jelas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM perlu dilakukan tidak hanya pada aspek produksi, tetapi juga pada aspek identitas produk dan pemasaran.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat identitas usaha adalah melalui branding. Branding merupakan bagian penting dalam membantu suatu produk memiliki ciri khas sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Identitas visual seperti nama usaha, logo, dan tampilan produk dapat menjadi pembeda antara satu produk dengan produk lainnya. Natalia et al. (2022) menjelaskan bahwa kegiatan branding pada UMKM dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku usaha dalam membangun identitas produk serta mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar. Selain itu, penggunaan identitas visual yang konsisten dapat membantu membentuk karakter dan citra suatu usaha (Megaputri et al., 2023).

Logo sebagai salah satu unsur branding juga memiliki peran dalam membentuk identitas visual suatu produk. Logo yang disesuaikan dengan karakteristik produk dapat menjadi tanda pengenal yang membantu konsumen mengenali suatu usaha. Arifudin et al. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan desain logo dapat menjadi bagian dari kegiatan branding dalam pengembangan UMKM. Dengan demikian, pembuatan logo bagi UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur tidak hanya dipandang sebagai kegiatan menghasilkan desain, tetapi juga sebagai upaya untuk memberikan identitas yang lebih jelas terhadap produk lokal dan membantu pelaku usaha dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen.

Penguatan branding tersebut perlu dilakukan dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dalam kegiatan usaha, pencapaian keuntungan tidak menjadi satu-satunya tujuan, tetapi juga harus disertai dengan penerapan nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan. Branding yang dilakukan secara syariah harus menyampaikan informasi produk secara benar dan tidak memberikan gambaran yang menyesatkan kepada konsumen. Dengan demikian, pengembangan identitas produk tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan dan hubungan usaha yang baik antara pelaku UMKM dengan konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur memiliki potensi untuk dikembangkan melalui penguatan identitas produk. Salah satu kebutuhan yang dapat diberikan melalui kegiatan pendampingan adalah pengembangan logo dan branding yang sesuai dengan karakteristik produk. Kegiatan ini dilakukan dengan melibatkan pelaku UMKM melalui proses identifikasi kondisi usaha, pendampingan pengembangan identitas produk, pembuatan logo, serta edukasi mengenai branding dan penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat melalui penguatan branding berbasis prinsip ekonomi syariah. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas produk serta mendorong pengembangan potensi usaha lokal secara lebih terarah, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat. Kegiatan ditujukan kepada pelaku UMKM sapu lidi sebagai salah satu usaha masyarakat yang memanfaatkan potensi lokal. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan deskriptif dengan menggabungkan observasi, wawancara, dokumentasi, dan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM.

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi dan identifikasi kondisi UMKM untuk mengetahui potensi usaha, kondisi produk, cara pemasaran, serta permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, ditemukan bahwa UMKM sapu lidi memiliki potensi untuk dikembangkan, tetapi identitas produk dan pengenalan usaha kepada konsumen masih belum optimal. Kondisi tersebut menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang diberikan.

Tahap kedua adalah perencanaan dan pengembangan branding. Pada tahap ini dilakukan pendampingan dalam menentukan identitas produk yang sesuai dengan karakteristik UMKM sapu lidi dan potensi lokal Desa Suka Makmur. Branding diarahkan tidak hanya pada tampilan produk, tetapi juga pada upaya membangun identitas usaha yang lebih mudah dikenali oleh konsumen.

Tahap ketiga adalah pembuatan dan pengembangan logo sebagai identitas visual UMKM. Logo dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik produk sapu lidi dan identitas usaha sehingga dapat digunakan secara konsisten pada produk maupun media promosi. Pengembangan logo diharapkan dapat membantu pelaku UMKM memiliki identitas usaha yang lebih jelas dan membedakan produknya dari produk sejenis.

Tahap keempat adalah pendampingan dan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya branding serta penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan usaha. Pendampingan menekankan pentingnya kejujuran dalam memberikan informasi produk, amanah dalam menjaga kualitas, keadilan dalam transaksi, serta kemaslahatan bagi pelaku usaha dan masyarakat. Dengan demikian, pengembangan branding tidak hanya berorientasi pada tampilan produk, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

Tahap terakhir dilakukan melalui dokumentasi dan evaluasi hasil kegiatan dengan melihat perubahan pada identitas visual usaha dan pemahaman pelaku UMKM setelah memperoleh pendampingan. Data dan informasi yang diperoleh selama kegiatan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menguraikan kondisi awal UMKM, bentuk kegiatan pemberdayaan, proses pengembangan branding, serta hasil yang diperoleh setelah kegiatan. Evaluasi difokuskan pada hasil yang dapat diamati selama pelaksanaan kegiatan dan tidak didasarkan pada klaim peningkatan omzet atau jumlah pelanggan apabila data tersebut tidak tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi dan Potensi UMKM Sapu Lidi di Desa Suka Makmur

UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat, merupakan salah satu bentuk usaha masyarakat yang memanfaatkan potensi sumber daya dan keterampilan lokal. Produk sapu lidi memiliki fungsi sebagai kebutuhan rumah tangga sehingga memiliki nilai guna dalam kehidupan sehari-hari. Proses produksinya dilakukan dengan memanfaatkan keterampilan dalam memilih, membersihkan, menyusun, dan mengikat lidi hingga menjadi produk yang siap digunakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM sapu lidi memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu kegiatan ekonomi masyarakat desa.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama kegiatan, UMKM sapu lidi memiliki potensi pada aspek produksi, tetapi masih terdapat ruang untuk pengembangan pada aspek pemasaran dan identitas produk. Produk yang dihasilkan belum didukung dengan identitas

usaha yang kuat sehingga pengenalan produk kepada konsumen masih dapat dikembangkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya membutuhkan keterampilan produksi, tetapi juga penguatan identitas dan cara memperkenalkan produk kepada konsumen.

Permasalahan pada aspek identitas produk tersebut menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan pemberdayaan melalui penguatan branding. Branding dipilih sebagai salah satu bentuk pendampingan karena dapat membantu pelaku usaha membangun identitas produk yang lebih jelas tanpa menghilangkan karakter lokal dari sapu lidi. Penggunaan nama usaha, logo, dan elemen visual yang konsisten dapat menjadi langkah awal untuk memberikan pembeda terhadap produk sekaligus mendukung kegiatan pemasaran.

Pemberdayaan UMKM melalui Penguatan Branding

Pemberdayaan UMKM sapu lidi dilakukan melalui pendampingan yang berfokus pada penguatan identitas dan pengenalan produk. Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Branding tidak hanya dipahami sebagai pembuatan logo, tetapi sebagai upaya membangun identitas usaha yang dapat digunakan secara konsisten dalam memperkenalkan produk kepada konsumen.

Tahap pendampingan diawali dengan mengidentifikasi karakteristik produk sapu lidi dan kondisi usaha yang dijalankan. Karakter produk, fungsi sapu lidi, serta unsur lokal menjadi pertimbangan dalam menentukan konsep identitas yang akan dikembangkan. Pelaku UMKM dilibatkan dalam proses tersebut agar branding yang dihasilkan tetap sesuai dengan karakter dan kondisi usaha yang sebenarnya.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya identitas produk dalam kegiatan pemasaran. Selain itu, telah dikembangkan konsep branding yang dapat diterapkan pada produk dan media promosi. Dengan adanya identitas yang lebih jelas, pelaku usaha memiliki dasar untuk memperkenalkan produk secara lebih terarah.

Penguatan branding tersebut sejalan dengan Natalia et al. (2022) yang menjelaskan bahwa branding dapat menjadi bagian dari pengembangan identitas usaha dan membantu UMKM dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Dalam kegiatan ini, branding menjadi bagian dari proses pemberdayaan karena tidak hanya menghasilkan identitas visual, tetapi juga memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha mengenai pentingnya membangun dan mempertahankan identitas produk.

Pengembangan Logo dan Identitas Visual Produk Sapu Lidi

Salah satu hasil utama kegiatan pemberdayaan adalah pengembangan logo sebagai identitas visual UMKM sapu lidi. Logo dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik produk dan potensi lokal Desa Suka Makmur. Unsur yang berkaitan dengan sapu lidi digunakan sebagai bagian dari konsep visual agar logo memiliki hubungan yang jelas dengan produk yang dihasilkan.

Dalam perancangannya, logo dibuat dengan mempertimbangkan bentuk, tulisan, simbol, dan warna yang sederhana serta mudah dikenali. Kesederhanaan tersebut penting agar logo dapat diterapkan pada berbagai media, seperti label, kemasan, kartu nama, media sosial, dan media promosi lainnya. Dengan demikian, logo tidak hanya menjadi sebuah gambar, tetapi berfungsi sebagai tanda pengenal usaha.

Hasil pengembangan menunjukkan bahwa UMKM sapu lidi memiliki identitas visual yang lebih jelas melalui logo yang dapat digunakan dalam kegiatan pemasaran. Sebelum dilakukan pengembangan branding, produk lebih menonjolkan fungsi sebagai produk rumah tangga. Setelah dilakukan pendampingan, produk memiliki tambahan identitas visual yang dapat digunakan untuk memperkenalkan usaha dan memberikan pembeda dari produk sejenis.

Pengembangan logo tersebut sejalan dengan Riqqoh (2023) yang menjelaskan bahwa logo memiliki peranan sebagai brand identity yang dapat menjadi tanda pengenal dan

pembeda suatu usaha. Arifudin et al. (2021) juga menjelaskan bahwa pelatihan desain logo dan mockup dapat menjadi salah satu bagian dari kegiatan branding untuk membantu meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk UMKM.

Penerapan Branding dalam Pemasaran Produk

Identitas visual yang telah dikembangkan selanjutnya dapat diterapkan secara konsisten pada berbagai media pemasaran. Logo dapat digunakan pada label produk, kemasan, media sosial, kartu nama, maupun sarana promosi lainnya. Penerapan identitas secara konsisten diharapkan dapat membantu konsumen mengenali produk dan mengetahui identitas usaha yang memproduksinya.

Pendampingan juga memberikan pemahaman bahwa pemasaran tidak hanya berkaitan dengan proses menawarkan produk, tetapi juga bagaimana produk ditampilkan dan diperkenalkan kepada konsumen. Identitas visual dapat menjadi bagian dari komunikasi produk sehingga konsumen memperoleh gambaran mengenai usaha dan produk yang ditawarkan.

Hasil kegiatan pada aspek ini berupa tersedianya identitas visual yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam kegiatan pemasaran. Penguatan tersebut memberikan dasar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan pemasaran secara lebih terarah. Namun, kegiatan ini belum melakukan pengukuran kuantitatif terhadap peningkatan omzet, jumlah pelanggan, atau volume penjualan. Oleh karena itu, hasil yang dapat ditunjukkan dalam kegiatan ini lebih berfokus pada penguatan identitas produk dan pemahaman pelaku UMKM mengenai branding.

Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan UMKM

Pengembangan branding UMKM sapu lidi dalam kegiatan ini tidak hanya diarahkan pada peningkatan daya tarik produk, tetapi juga dikaitkan dengan penerapan prinsip ekonomi syariah. Prinsip ekonomi syariah menempatkan kegiatan ekonomi tidak hanya pada pencapaian keuntungan, tetapi juga pada nilai kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan.

Prinsip kejujuran (ṣidq) menjadi dasar penting dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Pelaku usaha perlu memberikan informasi mengenai produk secara benar, termasuk kualitas, ukuran, bahan, harga, dan karakteristik produk. Informasi yang dicantumkan melalui label, kemasan, logo, maupun media promosi harus sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya. Prinsip kejujuran dalam kegiatan ekonomi sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1–3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Mutaffifin: 1–3).

Ayat tersebut memberikan penegasan bahwa kegiatan ekonomi harus dilakukan secara jujur dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks UMKM sapu lidi, prinsip tersebut dapat diterapkan dengan memastikan kualitas dan ukuran produk sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen. Prinsip kejujuran juga berkaitan langsung dengan branding karena identitas dan informasi yang digunakan dalam pemasaran tidak boleh memberikan gambaran yang menyesatkan mengenai produk.

Selain kejujuran, prinsip amanah dapat diterapkan melalui tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk dan memenuhi kesepakatan dengan konsumen. Branding yang telah dikembangkan juga perlu digunakan secara bertanggung jawab. Logo dan identitas visual sebaiknya menggambarkan produk sebagaimana adanya dan tidak digunakan untuk memberikan klaim yang berlebihan.

Prinsip keadilan dapat diterapkan melalui penetapan harga yang wajar serta perlakuan yang baik terhadap konsumen dan pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha. Penetapan harga perlu mempertimbangkan biaya bahan baku, tenaga kerja, proses produksi, dan keuntungan secara proporsional tanpa merugikan pihak lain. Sementara itu, prinsip kemaslahatan diwujudkan melalui upaya mengembangkan usaha yang memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, konsumen, dan masyarakat sekitar.

Dengan demikian, pengembangan branding UMKM sapu lidi dapat menjadi bagian dari pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada identitas dan pemasaran produk, tetapi juga pada penerapan etika dalam kegiatan ekonomi. Penguatan identitas produk yang disertai dengan kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan dapat mendukung terbentuknya kegiatan usaha yang lebih bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

Hasil dan Dampak Kegiatan Pemberdayaan

Secara keseluruhan, kegiatan pemberdayaan menghasilkan dua capaian utama, yaitu penguatan identitas usaha dan peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai branding. Pada aspek identitas, UMKM sapu lidi memperoleh logo yang dapat digunakan sebagai identitas visual pada produk maupun media promosi. Pada aspek kapasitas, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya branding serta penerapan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan usaha.

Perubahan yang terlihat dari kegiatan ini terutama terdapat pada cara produk diperkenalkan dan identitas usaha yang dapat ditampilkan kepada konsumen. Sebelum kegiatan, identitas visual usaha belum dikembangkan secara optimal. Setelah dilakukan pendampingan, UMKM memiliki logo dan konsep branding yang dapat digunakan secara konsisten untuk mendukung pengenalan produk.

Kegiatan ini belum mengukur perubahan omzet, jumlah pelanggan, maupun volume penjualan secara kuantitatif. Oleh sebab itu, dampak kegiatan tidak dinyatakan dalam bentuk peningkatan angka penjualan, tetapi pada penguatan kapasitas pelaku usaha dan tersedianya identitas visual yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan pemasaran selanjutnya.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penguatan branding dapat menjadi salah satu langkah awal dalam pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal. Keberlanjutan hasil kegiatan selanjutnya bergantung pada konsistensi pelaku UMKM dalam menggunakan identitas yang telah dikembangkan serta kemampuan untuk mengembangkan media pemasaran dan strategi usaha secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM sapu lidi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Binjai, Kabupaten Langkat, menunjukkan bahwa penguatan branding dapat menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan identitas usaha berbasis potensi lokal. Melalui observasi, pendampingan, dan pengembangan identitas visual, UMKM sapu lidi memperoleh logo yang dapat digunakan sebagai identitas usaha pada produk maupun media promosi. Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan membangun identitas usaha yang lebih jelas.

Pengembangan branding dalam kegiatan ini juga diintegrasikan dengan prinsip ekonomi syariah, yaitu kejujuran, amanah, keadilan, dan kemaslahatan. Penerapan prinsip tersebut dapat dilakukan melalui penyampaian informasi produk yang sesuai dengan kondisi sebenarnya, menjaga kualitas produk, memenuhi kesepakatan dengan konsumen, serta menjalankan kegiatan usaha secara adil dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Dengan demikian, penguatan branding tidak hanya diarahkan pada tampilan produk, tetapi juga pada penerapan nilai dan etika dalam kegiatan usaha.

Pelaku UMKM diharapkan dapat menggunakan logo dan identitas visual yang telah dikembangkan secara konsisten pada produk maupun media promosi serta mulai

memanfaatkan media digital untuk memperluas pengenalan produk. Pelaku UMKM juga perlu mempertahankan kualitas produk dan menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Bagi pemerintah desa dan pihak terkait, pendampingan berkelanjutan dalam aspek branding, pemasaran digital, pengelolaan usaha, dan pengembangan produk diperlukan agar identitas usaha yang telah dibangun dapat dimanfaatkan secara optimal dan potensi UMKM sapu lidi dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Kegiatan ini belum mengukur dampak secara kuantitatif terhadap omzet, jumlah pelanggan, maupun volume penjualan, sehingga pengembangan kegiatan selanjutnya dapat dilengkapi dengan pengukuran tersebut untuk mengetahui dampak branding terhadap perkembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5).
- Butar-Butar, G. C. W., & Waqqosh, A. (2025). Pemberdayaan ekonomi kreatif pada UMKM dalam perspektif ekonomi syariah (studi kasus Toko Oleh-Oleh Mekar Snack Binjai). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6).
- Jasri, J., Mustamin, S. W., & Nurmayanti, S. (2023). Analisis pemberdayaan UMKM dalam perspektif ekonomi syariah untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Penelitian UPR*, 3(2), 47–54.
- Megaputri, S. D., Andriyanto, & Pratiwinarti, W. (2023). Desain identitas visual sebagai media branding UMKM Foodey's. *Jurnal Katamata*, 1(1), 30–38.
- Natalia, R., Kharisma, F., Ramadhan, M. R., & Nihaya, I. U. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui program kerja branding UMKM dalam upaya meningkatkan ekonomi pelaku UMKM Desa Kweden. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 3(2), 35–39.
- Riqqoh, A. K. (2023). Peranan identitas visual berupa logo sebagai brand identity pada UMKM Andyni Collection. *Tanra: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 10(3).