

---

---

## **REBRANDING UMKM RENGGINANG NUGRAHA KELURAHAN BENDO KECAMATAN KEPANJEN KIDUL KOTA BLITAR**

**Novi Handadjan<sup>1</sup>, Dewi Puspa Arum Puspa<sup>2</sup>, Taufikurrahman<sup>3\*</sup> Nanang Nasrullah<sup>4</sup>,  
Moh. Faishal Rizkiawan Kodiri<sup>5</sup>, Wandy Wahyu Harahap<sup>6</sup>**

<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim, Indonesia

\*taufikurrahman.if@upnjatim.ac.id

---

### **Keywords**

Entrepreneurship, Rebranding UMKM, Rengginang

---

### **Abstract**

Entrepreneurship is an activity that influences business planning. In the realm of business itself, it requires two aspects, namely creativity and innovation. These two aspects are utilized optimally in order to provide opportunities in business so that excellence in entrepreneurship will be demonstrated. The method flow for implementing Rengginang Nugraha MSME rebranding activities begins with a thorough analysis of existing problems. First, logos. Second, sales are still carried out in traditional ways, which results in limited market reach. Third, the profits obtained by MSMEs are smaller compared to resellers. The results and discussion of Rebranding and repacking Rengginang at UMKM Rengginang Nugraha, Bendo Village, Blitar City, show that this training was successful in providing participants with a new understanding of the importance of branding and attractive packaging. It is hoped that the brand and packaging transformation carried out will increase the product's attractiveness in the market and encourage sales growth. This activity underlines the importance of collaboration between academics and MSME players to support each other in overcoming challenges in the business world. With these steps, it is hoped that Rengginang Nugraha can develop into a more competitive and successful product in local and national markets.

---

### **Kata Kunci**

Kewirausahaan, Rebranding UMKM, Rengginang.

---

### **Abstrak**

Kewirausahaan merupakan sesuatu kegiatan yang mempengaruhi suatu perencanaan bisnis. Dalam ranah bisnis sendiri, membutuhkan sebuah 2 aspek yakni kreatifitas serta inovasi. Kedua aspek tersebut dimanfaatkan secara maksimal agar dapat memberikan peluang dalam usaha sehingga akan menampakkan keunggulan dalam kewirausahaan. Alur metode pelaksanaan kegiatan rebranding UMKM Rengginang Nugraha dimulai dengan analisis menyeluruh terhadap permasalahan yang ada. Pertama, logo. Kedua, penjualan masih dilakukan dengan cara tradisional, yang mengakibatkan jangkauan pasar yang terbatas. Ketiga, keuntungan yang diperoleh UMKM ini lebih kecil dibandingkan dengan reseller. Hasil dan pembahasan Rebranding dan repacking Rengginang di UMKM Rengginang Nugraha, Kelurahan Bendo, Kota Blitar, menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan pemahaman baru kepada peserta mengenai pentingnya branding dan kemasan yang menarik. Transformasi merek dan kemasan yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar dan mendorong pertumbuhan penjualan. Kegiatan ini menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara akademisi dan pelaku UMKM untuk saling mendukung dalam mengatasi tantangan di dunia usaha. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan Rengginang Nugraha dapat berkembang menjadi produk yang lebih kompetitif dan sukses di pasar lokal maupun nasional.

---



## PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan sesuatu kegiatan yang mempengaruhi suatu perencanaan bisnis. Dalam ranah bisnis sendiri, membutuhkan sebuah 2 aspek yakni kreatifitas serta inovasi. Kedua aspek tersebut dimanfaatkan secara maksimal agar dapat memberikan peluang dalam usaha sehingga akan menampakkan keunggulan dalam kewirausahaan. Selain memberikan keunggulan, dimanfaatkan juga untuk mengembangkan kewirausahaan. Salah satu jenis dari kewirausahaan yang banyak dilakukan oleh masyarakat yaitu UMKM. UMKM yaitu singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah. Pengembangan UMKM di Indonesia menjadi salah satu faktor yang berdampak pada perekonomian negara (Vinatra S., 2023)

Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang dasar bagi perekonomian Indonesia. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Parulian et al., 2021). Pentingnya UMKM dapat dilihat berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (Sherly Malini, et. al., 2021). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Khudaefah I., 2008). Kontribusi yang signifikan dari UMKM juga beriringan dengan tantangan yang ada. Di Jawa Timur sendiri Pemerintah juga berusaha untuk meningkatkan angka kewirausahaan dengan cara mendorong tiap Kabupaten/Kota untuk meningkatkan baik kualitas maupun kuantitas UMKM yang ada. Salah satu Kota di Jawa Timur yang berfokus pada UMKM adalah Kota Blitar. Kota Blitar sendiri adalah kota kecil yang terdiri dari 3 Kecamatan dan 21 Kelurahan. Berdasarkan data dari BPS Kota Blitar

tahun 2019, UMKM di Kota Blitar berjumlah 11426 UMKM (Limanseto., 2021). Data tersebut dijabarkan dalam Gambar 1 berikut:

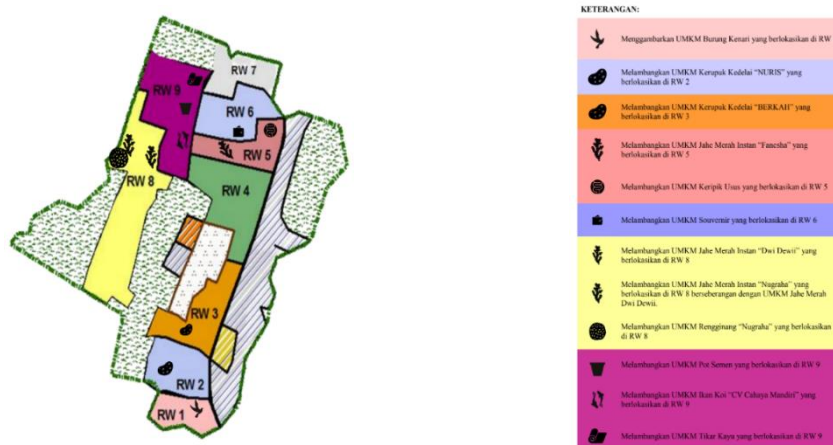
Kecamatan/Subdistrict	Pertanian	Peternakan	Pengrajin	Perindustrian	Perdagangan	Jasa	Jumlah
010. Sukarejo	176	27	3	231	3296	531	4264
020. Kepanjenkidul	20	34	54	367	2956	529	3960
030. Sananwetan	39	8	8	92	2532	523	3202
<b>Kota Blitar</b>	<b>235</b>	<b>69</b>	<b>65</b>	<b>690</b>	<b>8784</b>	<b>1583</b>	<b>11426</b>

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Blitar  
 Source: Agency of Cooperatives and Micro Enterprises of Blitar Municipality

**Gambar 1.** Tabel UMKM

Dengan luas wilayah yang hanya 32, 58 Km<sup>2</sup> dan penduduk yang berjumlah per-September 2020 adalah 149.149 jiwa, pemerintah Kota Blitar berupaya untuk memaksimalkan potensi kewirausahaan dan sumber daya alam melalui UMKM (Ardiansyah M., 2011). Bendo adalah salah satu Kelurahan yang ada di Kota Blitar bertepat Kecamatan Kepanjen Kidul. Bendo adalah Kelurahan yang terdiri dari sembilan Rukun Warga (RW). Secara administratif Kelurahan dipimpin oleh Ketua Lurah dan jajarannya. Dalam upaya mengerti need assesment dari warga di akar rumput terutama di tataran RT dan RW Kelurahan Bendo di bantu dengan adanya Kelompok Masyarakat (POKMAS) yang bertugas membantu Kelurahan dalam menyaring aspirasi para warga untuk disusun dan pada akhirnya disampaikan kepihak Kelurahan.

Perkembangan teknologi yang pesat secara global nyatanya tidak diikuti oleh kualitas SDM UMKM di Kelurahan Bendo. berbagai upaya dari pemerintah baik Kota maupun Kelurahan masih belum mampu menuntaskan permasalahan yang ada. iniaistif mulai dari pemasangan wifi diberbagai titik strategis di tiap RT dirasa masih kurang efektif dalam meningkatkan kualitas para pelaku UMKM. Tantangan ini nyata dan dapat dilihat dari para pelaku UMKM yang masih menggunakan metode konvensional dalam memasarkan produk, sementara platform baik dari media sosial dan berbagai macam aplikasi serta e-commerce yang bertujuan untuk memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produk telah banyak tersedia. Kelurahan Bendo memiliki berbagai potensi UMKM yang dapat dikembangkan, Berikut ini peta potensi di Kelurahan Bendo seperti yang dijabarkan dalam Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Peta lokasi Kelurahan Bendo Kecamatan Kepanjen Kidul

Kelurahan Bendo memiliki beberapa UMKM dengan produk unggulan berupa bubuk jahe merah, kedelai mentah hingga olahan kerupuk kedelai, dan rengginang. Produk rengginang merupakan salah produk unggulan dari Kelurahan Bendo yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Rengginang adalah salah satu dari sekian banyak makanan ringan berbahan dasar pangan lokal yang sering dikonsumsi di Indonesia. Rengginang sendiri cukup populer di Indonesia dan menjadi makanan khas dalam berbagai acara, antara lain saat perayaan hari raya keagamaan, arisan, tasyakuran, bahkan dalam kegiatan sehari-hari rengginang telah menjadi kudapan pendamping makanan utama warga Indonesia.

Rengginang adalah makanan ringan berbahan dasar beras ketan yang berbentuk bulat pipih dengan diameter 5-7 cm, memiliki rasa yang gurih dan bertekstur renyah setelah digoreng (Ardiansyah M., 2011). Selama ini UMKM Kelurahan Bendo mengalami kesulitan dalam meningkatkan jumlah produksinya, hal itu dikarenakan teknologi yang digunakan untuk memproduksi rengginang masih sederhana serta keterbatasan alat pencetak. Sehingga tidak bisa mencukupi kebutuhan pasar yang tinggi. Masalah dalam proses produksi adalah terkait penjemuran bahan masih mengandalkan panas matahari, kemudian terkait permasalahan selanjutnya terdapat perbedaan hasil warna dari rengginang yang tidak sama padahal resep makanannya sama, kemudian untuk bahan yang dicetak pada saat penggorengan tidak mengembang tetapi hasilnya sama seperti yang dicetak. Dari aspek manajemen usaha, struktur usaha UMKM ini masih sangat sederhana karena hanya terdiri atas pemilik usaha dan pekerja nya sendiri

yaitu pemilik UMKM tersebut. Manajemen usaha, administrasi, sumberdaya, keuangan dan pemasaran dilakukan oleh pemilik UMKM. Dengan menggunakan alat produksi manual, setiap produksi menghasilkan 2 kg rengginang. Gambaran kegiatan produksi di UMKM Rengginang Nugraha dijabarkan dalam Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Kegiatan Produksi Rengginang di UMKM Rengginang Nugraha

Salah satu inovasi yang sedang dijalankan oleh warga Kelurahan Bendo adalah mencampurkan aneka bubuk aneka rasa untuk menambah citarasa rengginang. Selain itu, bubuk aneka rasa yang ditambahkan juga mampu mengubah tampilan warna rengginang yang semula berwarna putih menjadi beraneka warna. Potensi pengembangan produk unggulan Kelurahan Bendo berupa rengginang ini juga akan membantu perekonomian warga Bendo sendiri dan nantinya akan berdampak pada perekonomian Kota Blitar secara makro. Namun, pengembangan potensi ini tentu memerlukan bantuan dari banyak pihak salah satunya adalah akademisi yang dalam hal ini dosen dan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur yang akan membantu untuk mengembangkan potensi Kelurahan Bendo berbekal pada produk unggulan UMKM setempat. Berikut ini merupakan penjabaran peta potensi UMKM di Kelurahan Bendo.

Rengginang Nugraha dipilih sebagai UMKM yang dikembangkan karena berdasarkan survey UMKM yang dilakukan di wilayah kelurahan Bendo rengginang Nugraha memiliki potensi untuk dikembangkan. Namun ada masalah dalam proses produksi yaitu terkait penjemuran bahan masih mengandalkan panas matahari, kemudian terkait permasalahan selanjutnya terdapat perbedaan hasil warna dari rengginang yang tidak sama padahal resep makanannya sama, kemudian untuk bahan yang dicetak pada saat penggorengan tidak mengembang tetapi hasilnya sama seperti yang dicetak. Oleh karena itu untuk mengembangkan potensi dari UMKM Rengginang Nugraha diperlukan upaya berupa Re-branding, inovasi, dan pengenalan pemasaran digital. Rebranding merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah total atau memperbaharui sebuah brand yang telah ada agar menjadi lebih baik dengan

tidak mengabaikan tujuan awal dari suatu UMKM tersebut (Ardiansyah M., 2011). Pembaruan brand ini dapat meliputi pembaruan logo dan kemasan. Inovasi merupakan pemasukan atau pengenalan hal-hal baru, pembaharuan, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (Nugraha FN, Nuraini I., 2021). Inovasi dibutuhkan untuk peningkatan usaha UMKM rengginang Nugraha agar dapat mengikuti trend maupun perkembangan zaman. Pemasaran digital merupakan suatu strategi pemasaran sebuah bisnis untuk mempopulerkan UMKM Rengginang Nugraha (Sutanto TW, Widiyastuti T., 2020). Pemasaran digital dilakukan agar UMKM Rengginang Nugraha mudah dikenal banyak orang baik di level lokal sekitar Kota Blitar maupun di level nasional hingga dikenal oleh masyarakat se-Indonesia. Berikut ini gambaran desain kemasan rengginang di UMKM Rengginang Nugraha yang masih sangat sederhana seperti dijabarkan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Desain Awal Logo dan Kemasan Rengginang di UMKM Rengginang Nugraha

Berbakal potensi sumber daya alam dan manusia yang ada, maka salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas UMKM di Kota Blitar khususnya Kelurahan Bendo adalah dengan melaksanakan pendampingan (Arum DP et al., 2023). Pendampingan atau biasa dikenal dengan istilah mentorship bisa dikatakan sebagai suatu strategi yang umum digunakan oleh pemerintah dan lembaga non profit dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas dari sumber daya manusia, sehingga mampu mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari permasalahan yang dialami dan berupaya untuk mencari alternative pemecahan masalah yang dihadapi. Pendampingan dilakukan oleh kelompok 23 guna memanfaatkan dan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh UMKM yang ada (Hidayat K, Yaskun., 2019). Pendampingan yang dilakukan menggunakan metode ceramah konvensional dengan pemaparan materi yang telah disiapkan serta dilanjutkan dengan menyediakan adanya satu mentor untuk tiap lima para pelaku UMKM melalui

forum grup discussion (FGD) agar penyampaian informasi dapat dilakukan lebih intens sehingga apa yang menjadi output pada pendampingan dapat dirasakan oleh pelaku UMKM. Proses kegiatan pendampingan dimulai dengan penyampaian materi rebranding logo, kemasan, dan digital marketing hingga berbagai *e-commerce* yang bisa dimanfaatkan, setelah penyampaian materi dilanjutkan dengan FGD oleh para mentor dalam rangka memperkuat pemahaman atas materi yang telah disampaikan lalu ditindaklanjuti dengan pendampingan mulai dari pendaftaran hingga mengoperasikan *e-commerce* (Arifin NN, Dwiridotjahjono J., 2023). Diharapkan dari pendampingan ini para pelaku UMKM agar lebih mandiri dan bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

## **METODE**

Alur metode pelaksanaan kegiatan rebranding UMKM Rengginang Nugraha dimulai dengan analisis menyeluruh terhadap permasalahan yang ada. Pertama, logo yang saat ini digunakan kurang menarik dan tidak mencerminkan identitas produk secara optimal. Kedua, penjualan masih dilakukan dengan cara tradisional, yang mengakibatkan jangkauan pasar yang terbatas. Ketiga, keuntungan yang diperoleh UMKM ini lebih kecil dibandingkan dengan reseller, serta kapasitas produksi sangat tergantung pada kondisi cuaca, terutama dalam proses penjemuran yang memerlukan sinar matahari. Dengan memahami masalah-masalah ini, langkah-langkah yang tepat dapat diambil untuk meningkatkan performa usaha (Hendrayady A., 2020).

Solusi yang diusulkan mencakup serangkaian pelatihan yang berfokus pada pengembangan merek Rengginang. Pertama, pelatihan mengenai pendaftaran merek akan membantu melindungi identitas usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selanjutnya, pembuatan logo yang menarik dan relevan akan menjadi langkah kunci dalam membangun citra merek yang kuat. Selain itu, desain kemasan yang inovatif dan menarik akan meningkatkan daya tarik visual produk, sehingga konsumen lebih tertarik untuk membelinya. Pembuatan video profil usaha juga akan berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif (Sawlani DK., 2021), menampilkan keunikan dan kualitas produk kepada calon pelanggan.

Sebagai langkah lanjutan, pengelolaan akun media sosial, seperti Instagram, serta platform *e-commerce* seperti Tokopedia, akan diperkenalkan. Ini bertujuan untuk



memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan media digital, Rengginang Nugraha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan secara signifikan (Achmad ZA et al., 2023)]. Kombinasi dari berbagai strategi ini diharapkan dapat membawa transformasi yang positif bagi UMKM, meningkatkan keuntungan, dan memperkuat posisi merek Rengginang Nugraha di pasar lokal maupun nasional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan koordinasi pada tanggal 29-30 April 2024. Koordinasi awal tim dosen pengabdian masyarakat (abdimas) dilakukan untuk menetapkan konsep kegiatan rebranding logo dan kemasan produk Rengginang. Dalam pertemuan ini, anggota tim membahas berbagai aspek penting, termasuk pengembangan desain logo yang mencerminkan identitas merek dan inovasi kemasan yang menarik bagi konsumen. Selain itu, waktu pelaksanaan kegiatan juga ditentukan agar sesuai dengan jadwal dan ketersediaan sumber daya, serta membahas hal-hal terkait lainnya, seperti pembagian tugas, anggaran, dan metode evaluasi (Arum DP, Adnin HN et al., 2023). Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan semua elemen kegiatan terintegrasi dengan baik, sehingga hasil rebranding dapat memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM Rengginang Nugraha.

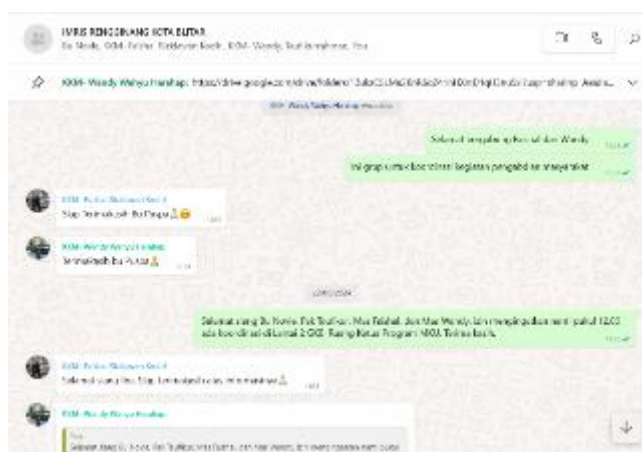


Gambar 7. Kegiatan Koordinasi Tim Peneliti UPN Veteran Jawa Timur dan UPN Veteran Jakarta

Kegiatan dilanjutkan pada Rabu, 8 Mei 2024. Kegiatan koordinasi dengan tim IMRIS dilakukan melalui pertemuan virtual menggunakan Zoom untuk menyatukan



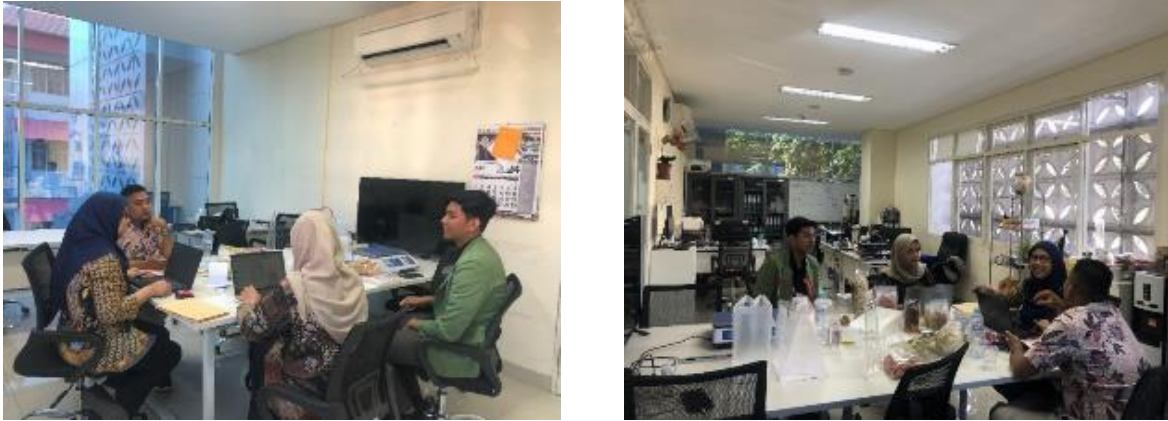
anggota yang berada di UPN Veteran Jawa Timur dan UPN Veteran Jakarta. Dalam diskusi ini, tim membahas kondisi terkini logo dan kemasan Rengginang yang dimiliki oleh mitra. Anggota tim saling berbagi pandangan dan analisis mengenai desain yang ada, serta mengidentifikasi elemen-elemen yang perlu diperbarui untuk meningkatkan daya tarik produk. Melalui kolaborasi ini, diharapkan dapat tercipta solusi yang inovatif dan efektif[19], sehingga rebranding Rengginang dapat memenuhi harapan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM (Putra YP et al., 2023).



Gambar 8. Bukti Koordinasi melalui Pesan Wahtasapp untuk Merumuskan Konsep

#### Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Selanjutnya, koordinasi dilanjutkan pada tanggal 20-22 Mei 2024. Koordinasi antara tim dosen dan mahasiswa anggota peneliti dilakukan untuk merumuskan konsep kegiatan rebranding UMKM Rengginang Nugraha secara komprehensif (Puspitasari AV et al, 2023). Dalam pertemuan ini, tim berdiskusi tentang penentuan tanggal pelaksanaan yang tepat agar semua anggota dapat berpartisipasi secara optimal. Selain itu, mereka juga fokus pada pengembangan desain stiker dan kemasan baru yang menarik dan sesuai dengan identitas merek (Adelia N et al, 2023). Diskusi tersebut mencakup pemilihan warna, elemen grafis, serta informasi yang akan disampaikan kepada konsumen. Dengan kolaborasi yang baik antara dosen dan mahasiswa, diharapkan desain yang dihasilkan dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendukung tujuan rebranding secara efektif.



Gambar 9. Koordinasi Pengemasan Rengginang

Kemudian, kegiatan dilanjutkan dengan koordinasi secara luring pada 21 Juni 2024. Kegiatan koordinasi desain pengemasan Rengginang dilaksanakan bersama TIM IMRIS di GKB 1 UPN Veteran Jawa Timur, bertujuan untuk menciptakan kemasan yang inovatif dan menarik. Dalam pertemuan ini, anggota tim berdiskusi secara intensif mengenai elemen-elemen desain yang perlu dipertimbangkan, seperti warna, bentuk, dan material kemasan yang sesuai untuk produk Rengginang (Adelia N et al, 2023). Selain itu, tim juga mengevaluasi kemasan yang ada saat ini dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki agar lebih menarik bagi konsumen (Arum DP et al, 2023). Melalui brainstorming dan kolaborasi kreatif, tim berusaha untuk menghasilkan konsep kemasan yang tidak hanya estetik, tetapi juga fungsional, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk di pasar (Sintakarini KY et al., 2023). Kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan desain yang final dan siap untuk diproduksi, mendukung upaya rebranding UMKM Rengginang Nugraha secara menyeluruh

Selanjutnya, tim abdimas melakukan kunjungan ke UMKM Rengginang Nugraha pada 27-28 Juni 2024. Tim IMRIS melaksanakan koordinasi bersama pemilik UMKM Rengginang Nugraha di Kelurahan Bendo, Kota Blitar, dengan fokus pada persiapan pelatihan pengemasan Rengginang. Dalam pertemuan ini, tim mendiskusikan kebutuhan dan harapan pemilik usaha terkait pengemasan produk yang lebih efektif dan menarik[26]. Mereka juga merinci materi pelatihan yang akan diberikan, termasuk teknik pengemasan yang tepat, pemilihan bahan kemasan yang berkualitas, dan desain yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen (Rachmansyah MR et al., 2023). Selain itu, tim IMRIS mendengarkan masukan dari pemilik UMKM untuk memastikan bahwa pelatihan ini sesuai dengan kondisi dan kapasitas produksi mereka.

Koordinasi ini diharapkan dapat menciptakan sinergi yang baik antara tim dan pemilik usaha (Renita D et al., 2022), sehingga pelatihan dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan UMKM Rengginang Nugraha.



Gambar 11. Pelatihan Pengemasan Rengginang dan Rebranding Logo Rengginang  
UMKM Rengginang Nugraha

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pada tanggal 1-2 Juli 2024. Pelaksanaan pelatihan rebranding bersama kader PKK Kelurahan Bendo, Kota Blitar, berlangsung dengan fokus pada manajemen UMKM dan strategi pemasaran yang efektif. Dalam kegiatan ini, TIM IMRIS dari UPN "Veteran" Jawa Timur memberikan materi yang mencakup pentingnya identitas merek, pengelolaan usaha yang efisien, serta teknik pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas produk (Islamiyah A et al., 2022). Kader PKK aktif berpartisipasi dalam diskusi, berbagi pengalaman, dan bertanya mengenai tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha mereka (Gerald MA et al., 2022). Dengan pendekatan interaktif, pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan kader PKK agar dapat menerapkan konsep rebranding yang telah dipelajari, sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat lebih kompetitif dan diminati di pasar (Amalina NN et al., 2022). Kegiatan ini diharapkan dapat membangun kapabilitas kader dalam mengelola UMKM secara profesional dan berkelanjutan.



Gambar 12. Penyerahan TTG Kemasan dan Sticker UMKM Rengginang Nugraha

Pada tanggal 18 Agustus, tim Abdimas kembali ke UMKM Rengginang Nugraha untuk menyerahkan TTG. Setelah pelaksanaan pelatihan rebranding, kegiatan dilanjutkan dengan monitoring evaluasi untuk menilai penerapan materi yang telah disampaikan kepada mitra UMKM Rengginang Nugraha di Kelurahan Bendo, Kota Blitar. Tim melakukan kunjungan untuk mengamati perkembangan dan perubahan yang telah diimplementasikan oleh mitra, serta memberikan umpan balik yang konstruktif untuk perbaikan lebih lanjut. Selain itu, dalam kesempatan ini juga dilakukan penyerahan Tanda Tangan Guna (TTG) sebagai bentuk dukungan dan pengakuan terhadap usaha yang telah dijalankan. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memperkuat hubungan antara tim dan mitra, tetapi juga mendorong keberlanjutan upaya rebranding, sehingga UMKM Rengginang Nugraha dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang ada.

## **KESIMPULAN**

Simpulan dari kegiatan pelatihan rebranding dan repacking Rengginang di UMKM Rengginang Nugraha, Kelurahan Bendo, Kota Blitar, menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan pemahaman baru kepada peserta mengenai pentingnya branding dan kemasan yang menarik. Meskipun terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pemahaman teknis dan sumber daya, umpan balik dari peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi untuk menerapkan ilmu yang diperoleh. Transformasi merek dan kemasan yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar dan mendorong pertumbuhan penjualan. Saran yang dapat diberikan adalah perlunya pendampingan berkelanjutan bagi UMKM agar mereka dapat lebih optimal dalam menerapkan konsep rebranding yang telah diajarkan. Selain itu, penguatan kapasitas melalui pelatihan tambahan tentang pemasaran digital dan manajemen usaha akan sangat bermanfaat. Penutup dari kegiatan ini menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara akademisi dan pelaku UMKM untuk saling mendukung dalam mengatasi tantangan di dunia usaha. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan Rengginang Nugraha dapat berkembang menjadi produk yang lebih kompetitif dan sukses di pasar lokal maupun nasional.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amalina NN, Andriani S, Meriayusti A, Putri EW, Kusuma LG, Lisna T, Wulandari T, Mawakhiro S, Khoiriyah HA, Priangga IF, Arum DP. PENDAMPINGAN REBRANDING PADA USAHA JAVA KOKEDAMA SOERABAJA KELURAHAN DUKUH PAKIS. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat*. 2022 Jun 30;1(2):67-73.
- Arum DP, Agustin IS, Cahyono H, Rianto R, Rahmawati SE, Saputra FD, Wirawan AD. Implementasi Pembuatan Label Kemasan Dan Digital Marketing Dalam Pengembangan Teknologi UMKM Di Kelurahan Bendo Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*. 2023 May 9;3(2):28-38.
- Anugrah R, Perwirianto HW, Zulfania M, Ratih D, Aprilianda EN, Haryawan SH, Putra MA, Wardana BS, Cahya RA, Ramadhan RT, Arum DP. PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2022 Jun 15;3(2):740-6.
- Ardiansyah M. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Indonesia. *UMKM Outlook Report*. 2011.
- Achmad ZA, Triana NW, Arum DP, Agustina ZN, Haq JA. Implementasi Program Bakti Inovasi Mengenai Re-Branding Dan Digital Marketing Pada UMKM Kelurahan Bendo. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*. 2023 Jul 28;1(3):96-106.
- Adelia N, Vitasari RR, Azmy N, Romadhoni RI, Arum DP. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*. 2023 May 15;1(2):19-23.
- Arum DP, Adnin HN, Novitasari D, Nurhalizah L, Andriana Y, Prakoso BB. PERANCANGAN SISTEM DIGITAL MARKETING UMKM BARONGAN SEBAGAI UPAYA PERLUASAN TARGET PASAR DAN PENGENALAN BARONGAN KHAS BLITAR. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*. 2023 Jun 6;2(03 Mei):373-83.
- Arum DP, Laraswari AN, Wiyanti AR, Ainaya CD, Khoiriyah D, Yuanita FD, Sari JP. Pemberdayaan Usaha Mikro Melalui Identitas Merek Dan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Nasi Bakar Di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA*. 2023 Jun 1;2(2):13-26.
- Arifin NN, Dwiridotjahjono J. Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Kegiatan Rebranding Produk UMKM Jenang Legend Lek Siti di Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2023 Jul 21;2(3):99-106.
- Arum DP, Nurhaliza S, Putri BN, Pramesthi FA, Hayati DH, Negara MH, Harby MF. Pengembangan Produk Branding Sebagai Penguatan Dalam Pemasaran Rumah Produksi Jamur Pada Paimo Farm. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*. 2023 May 28;1(2):134-46.
- Gresya FI, Yaqin A, Maula S, Jasmine SR, Jannah SN, Rarasati SA, Badar MR, Imawan RA, Marcella AT, Rajagukguk GA, Arum DP. Peningkatan Pemahaman Digital Marketing Pada Para Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Sidodadi Melalui Kegiatan Sosialisasi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2022 Jun 29;3(2):895-9.

- Gerald MA, Rolando E, Erdiansyah MY, Sholikah NK, NR SZ, Arum DP. STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK “STIK KANGKUNG RINJANI” MELALUI BRANDING DAN DIGITAL MARKETING. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2022 Dec 10;2(3):91-7.
- Hidayat K, Yaskun M. PKM UMKM RENGGINANG. e-Prosiding SNasTekS. 2019;1(1):321-8.
- Hendrayady A. Inovasi Pelayanan Publik Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau Di Era Revolusi Industri 4.0. KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan. 2020 Apr 20;4(2):227-38.
- Illahi AG, Tambunan RC, Rahmadanti NN, Tharisa SP, Siskawati S, Wardani R, Haqiqi SM, Sinaga SF, Agung AK, Widiyanto D, Arum DP. PELATIHAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA UMKM KEDUNGORO KOTA SURABAYA. Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat. 2022 Jun 30;1(2):55-66.
- Limanseto, H. UMKM menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia. <https://Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/2969/Umkm-Menjadi-Pilar-Penting-Dalam-Perekonomian?Indonesia>. (2021, May 5).
- Nugraha FN, Nuraini I. Peran UMKM dalam menanggulangi kemiskinan di Provinsi Jawa Timur. Jurnal Ilmu Ekonomi. 2021 Apr 30;5(1):27-41.
- Putra YP, Mahyuddin AN, Agustina AW, Hotimah RA, Pramastasari O, Baik SP, Arum DP. Upaya Peningkatan Branding Produk UMKM Es Cendol Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Foto Produk. Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat. 2023 May 17;1(2):33-43.
- Puspitasari AV, Qotrunnada NN, Jannah AR, Fansuri SH, Arum DP. PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN E-COMMERCE PADA UMKM LEMAYUNG DI KELURAHAN KEPANJENLOR KOTA BLITAR. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2023 May 16;3(2):40-4.
- Sintakarini KY, Kurniawati P, Rohman NA, Jorger DC, Bachtiar NA, Aini AN, Putri AR, Anantha ES, Trisnalia VN, Budianto AZ, Syah'alam AQ. Strategi Marketing UMKM “ETES” Melalui Digital Marketing Terhadap Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC). Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin. 2023 May 4;3(2):01-8.
- Sutanto TW, Widiyastuti T. Peran Inklusi Keuangan Berkaitan dengan Produktifitas UMKM yang Menjadi Agen46 PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Blitar. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN). 2020 Dec 30;5(2):116-27.
- Sawlani DK, SE M. Digital marketing: brand images. Scopindo Media Pustaka; 2021 Sep 2.
- Khudaefah I. *Analisis Yuridis Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Umkm (Usaha Mikro Kecildan Menengah) Dalam Perspektif Hukum Islam* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" Banten).
- Rachmansyah MR, Dana AR, Rizqullah AN, Haydar AF, Yazid F, Novrianto MH, Arum DP. Pendampingan Re-Branding Produk Dawet Kelor Di Kwt Dewi Sartika Kota Blitar. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2 (3), 176–181.
- Renita D, Jaya BA, Marzuqi MA, Sholehudin M, Rosyid WA, Zahra KA, Arum DP. OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL

- MARKETING PADA PRODUK STIK SAYUR KWT SAWUNGGALING.  
KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2022 Dec 17;2(3):182-7.
- Islamiyah A, IS AR, Safitri D, PAI MC, Arum DP. Sosialisasi Digital Marketing dan Pengaplikasian Shopee untuk Pelaku UMKM di Kelurahan Bendo. INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement. 2022 Dec 15;1(2):81-7.
- Vinatra S. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. Jurnal Akuntan Publik. 2023 Jul 6;1(3):01-8.
- Wulandari A, Kamila IR, Khikmah RA, Faturahman BA, Manalu GM, Arum DP. Peran Digital Marketing dan Branding Produk dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Karangtengah. Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin. 2023 May 9;3(2):39-45.