

ABSTRAK

Maraknya bisnis usaha brownies yang ada di Kota Bandung menimbulkan persaingan yang ketat. Vannisa Brownies merupakan salah satu usaha brownies yang ada di Kota Bandung, tentunya Vannisa Brownies memiliki banyak pesaing. Saat ini generasi milenial sangat mendominasi, dengan begitu banyak perusahaan yang menargetkan produknya kepada generasi milenial salah satunya industri kuliner. Namun pada akhir tahun 2019 Vannisa Brownies sendiri belum menargetkan produknya kepada generasi milenial dan akan berencana menargetkan produknya kepada generasi milenial. Desain dinilai sebagai salah satu solusi untuk dapat meningkatkan perkembangan suatu bisnis dalam menghadapi persaingan. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui metode observasi terhadap bisnis Vannisa Brownies, studi pustaka berkaitan dengan analisis bisnis dan perancangan strategi desain, serta wawancara kepada pemilik dari usaha Vannisa Brownies yang kemudian dianalisis menggunakan metode-metode yang terdapat pada kerangka perancangan strategi desain, mulai dari analisis eksternal hingga analisis internal perusahaan seperti analisis PEST, *Porter's 5 Forces*, PLC, desain audit, dan analisis SWOT. Setelah menganalisis penulis melakukan perancangan strategi desain yang mencakup strategi perusahaan, diantaranya media promosi dan inovasi desain. Dengan adanya Tugas Akhir ini diharapkan dapat membantu Vannisa Brownies dalam menentukan strategi desain yang tepat guna meningkatkan perkembangan bisnisnya sehingga mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan.

Kata kunci: Strategi Desain, UMKM, Strategi Promosi, Brownies, Vannisa Brownies