

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN PROMOSI UMKM BETTER BE BUTTER DI BANDUNG**

Kota Bandung merupakan daerah yang kaya akan budaya, terutama di ragam kulinernya. Pesatnya tren dan informasi mengenai olahan pangan dari seluruh penjuru dunia dapat diketahui dengan cepat. Salah satu UMKM produk olahan pangan khususnya di segmen *bakery* di Kota Bandung adalah Better Be Butter. UMKM ini beroperasi sejak tahun 2020 dan sudah memiliki sejumlah pelanggan tetap. Namun pemilik usaha ingin memperluas pasarnya karena pelanggan tetapnya yang masih merupakan teman-teman atau kerabat dari pemilik usaha ini. Upaya untuk memperluas pasar ini, salah satunya dengan cara diadakannya kegiatan promosi. Demi lancarnya perancangan strategi promosi, metode penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, kuesioner, dan wawancara. Data yang terkumpul lalu diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode SWOT, AOI, serta metode AISAS. Perancangan strategi promosi ini dilakukan untuk meningkatkan *awareness* mengenai UMKM Better Be Butter demi meluasnya pangsa pasar terkait UMKM ini melalui sebaran informasi menggunakan media promosi utamanya yaitu *event workshop*.

Kata Kunci : UMKM, Better Be Butter, *Bakery*, Promosi