

## **ABSTRAK**

Pertumbuhan UMKM pada industri makanan dan minuman di kota Bandung dimanfaatkan oleh perusahaan Briiz Chocolate untuk turut berperan dalam menawarkan produk bahan baku dan produk jadi yang mereka produksi sendiri. Dalam mengembangkan potensi usahanya, Briiz Chocolate menyadari kelemahan dan tantangan yang mereka hadapi yaitu kurang aktifnya promosi yang dilakukan dibandingkan kompetitor mereka. Perancangan strategi promosi ini dibuat untuk lebih mempromosikan produk Briiz Chocolate melalui berbagai media agar dapat dikenal khalayak lebih luas dan diminati, juga menyampaikan imej baik produk Briiz Chocolate supaya dapat bersaing di pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan penjualan. Perancangan strategi promosi ini menggunakan metode yang mengutamakan fakta dan fenomena yang sistematis yang disebut metode penelitian kualitatif, pengumpulan data yang diperlukan menggunakan metode observasi dan wawancara. Dalam perancangan strategi promosi ini, data yang telah diperoleh lalu dianalisis menggunakan metode SWOT, AOI, STP serta AISAS.

Kata kunci: Briiz Chocolate, strategi promosi, media, produk.