

ABSTRAK

Persaingan UMKM di Kota Bandung semakin ketat dengan munculnya berbagai macam produk, inovasi, dan posisi strategis sebagai pusat wisata dan pendidikan. Pemanfaatan teknologi juga penting dengan banyaknya UMKM yang beralih ke platform digital untuk memperluas pasar. Faktor harga dan kualitas juga menjadi kunci dalam perlombaan ini. Florentine Bakehouse menjadi salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner khususnya *bakery*. Ia terletak di Pasar Cihapit Kota Bandung. UMKM ini memiliki konsep visual yang feminim dan *instagrammable* yang menarik bagi remaja perempuan khususnya yang menyukai kukis. Walaupun begitu, dikarenakan lokasi yang kurang strategis, UMKM ini pun masih belum banyak dikenal oleh masyarakat, terlebih lagi warga Cihapit. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut melalui rebranding yang dilakukan menggunakan metode analisis SWOT dan Matriks perbandingan serta dirancangan menggunakan konsep AISAS. Perbaikan logo, kemasan, serta peningkatan promosi melalui media sosial akan dilakukan.

Kata Kunci : Florentine Bakehouse, UMKM Florentine Bakehouse, UMKM, *Branding*, Kemasan.