

ABSTRAK

Sektor *Food and Beverage* (F&B) menjadi salah satu bidang usaha yang paling diminati di Indonesia karena tingginya minat masyarakat terhadap kuliner. persaingan yang ketat ini memerlukan inovasi dan strategi bisnis yang kuat. Dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis, perlu adanya diferensiasi pada persaingan industri ini dalam rangka meningkatkan loyalitas konsumen yang sangat berpengaruh pada keberlangsungan TEGUK. Untuk mengatasi masalah ini, penulis mengusulkan *merchandise* sebagai produk yang dapat membantu dalam strategi pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk merancang produk *merchandise* sebagai media komunikasi visual yang mampu memperkuat *brand awareness* TEGUK di kalangan konsumen muda. *Merchandise* seperti *tote bag*, *tumbler*, *t-shirt*, jam tangan dan topi, dirancang tidak hanya sebagai produk pelengkap, melainkan sebagai alat promosi yang membangun persepsi positif, meningkatkan keterikatan emosional, dan memperluas jangkauan *brand* melalui pendekatan gaya hidup. Penelitian menggunakan metode kualitatif, mulai dari observasi, wawancara, hingga validasi produk. Pada pembuatan produk *merchandise*, menggunakan denim, yang merupakan material yang kokoh dan memiliki tampilan yang unik sehingga mempunyai perpaduan manfaat, antara membuat produk *fast fashion* menjadi *slow fashion* dan memiliki karakteristik desain yang *trendy*, *cool*, *masculine*, & *timeless*. Keberadaan limbah denim merupakan peluang untuk memanfaatkan sebagai kombinasi material dalam merancang produk *merchandise* sehingga dapat membantu konveksi denim dalam mengurangi limbah denim. Hasil perancangan ini berupa Produk *Merchandise* yang menunjukkan bahwa penggunaan *merchandise* sebagai media promosi mampu meningkatkan daya tarik brand secara non-komersial, serta memperkuat identitas TEGUK di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: Merchandise, Food and Beverage, Limbah Denim, Desain Produk