

ABSTRAK

Kota Bandung, sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, merupakan destinasi pariwisata yang strategis dan menarik banyak wisatawan. Dalam konteks pariwisata, produk oleh-oleh, terutama makanan khas seperti Peuyeum Bandung, memiliki peranan penting. Peuyeum merupakan salah satu produk olahan khas Kota Bandung yang berbahan dasar singkong fermentasi. Peuyeum Madu Pak Opick, sebagai salah satu produsen, telah beroperasi selama delapan tahun dikenal memiliki rasa yang unggul dan kualitas produk yang baik. Namun, minimnya brand awareness menjadi kendala utama, dengan pelanggan sering tertukar dengan merek lain akibat banyaknya pesaing. Penelitian ini bertujuan merancang identitas merek yang jelas dan menarik untuk Peuyeum Madu Pak Opick, guna meningkatkan pengenalan merek di kalangan konsumen dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, studi literatur, dan kuisioner dengan analisis data matriks perbandingan dan SWOT. Hasil perancangan berupa identitas merek baru yang dituangkan dalam buku panduan standar grafis sebagai pedoman konsisten penggunaan logo dan elemen visual. Diharapkan, dengan perancangan identitas merek yang efektif, Peuyeum Madu Pak Opick dapat meningkatkan brand awareness dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

Kata Kunci: *UMKM, Produk Oleh-oleh, Identitas Merek, Media Promosi*