

ABSTRAK

Pelaku usaha mikro kecil menengah atau UMKM mengalami penurunan penjualan sejak pandemi. Salah satu UMKM yang memproduksi kue grosir yang mengalami penurunan penjualan sejak 1,5 tahun silam yaitu Meteor. Meteor adalah suatu perusahaan pabrik yang memproduksi dan menjual keripik kuping gajah berwarna yang dibuat dari bahan- bahan yang berkualitas dan dijual dengan harga terjangkau, sehingga konsumen bisa menikmati keripik kuping gajah yang enak dan unik dengan harga yang sangat murah. Pabrik Meteor ingin mulai mengenalkan *brand* nya pada masyarakat Indonesia dengan cara menjual produknya secara *retail*, dikarenakan Meteor menjual keripik kuping gajah secara grosir. Maka dari itu, tujuan perancangan branding Meteor adalah untuk membuat identitas dari produk ini memiliki tampilan yang menarik. Dengan metode analisa kualitatif dimana analisis situasi berhubungan dengan pasar dan kompetitor. Hal ini didukung oleh studi analisa SWOT mengenai Meteor, analisa SWOT memungkinkan untuk mengetahui produk lebih detail dengan maksud menghasilkan konsep dari sebuah ide besar yang nanti dapat diterapkan menggunakan metode branding yang menghasilkan hasil akhir *product launching* serta menginformasikan kepada konsumen tentang manfaat yang dimiliki oleh produk camilan Meteor sebagai camilan kuping gajah berwarna dengan harga terjangkau melalui media informasi yang tepat dan menarik.

Kata kunci : branding, kuping gajah, camilan Meteor, UMKM