

ABSTRAK

UKM Ibu Tintin merupakan satu satunya UKM di daerah Pangalengan yang membuat olahan dari jantung pisang, untuk menjual produk Abon Jantung Pisang perlu diperkenalkan terlebih dahulu keunggulan produk tersebut. Ibu Tintin sebagai pemilik UKM Ibu Tintin telah mempromosikan produknya dengan cara mengikuti pameran-pameran yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Cikalong kecamatan Cimaung ataupun pameran yang dilaksanakan oleh Pemerintah Jawa Barat.

Pada Penelitian ini digunakan pendekatan benchmarking terhadap UKM lain yang telah sukses mempromosikan produknya. Berdasarkan hasil benchmarking yang dilakukan, alat komunikasi pemasaran yang dapat digunakan oleh UKM Ibu Tintin terdiri dari dua bentuk, yaitu mengembangkan desain kemasan dan memanfaatkan media sosial. Kemasan yang dirancang terdiri dari unsur desain dan grafis, ukuran dan bentuk, informasi pada kemasan, dan jenis material.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah UKM Ibu Tintin dapat melakukan perbaikan komunikasi pemasaran dan kemasan dan memanfaatkan media sosial secara optimal sesuai dengan konten yang telah dirancang untuk menginformasikan produk kepada segmen pasar baru, membuat calon konsumen potensial menyadari keberadaan produk yang ditawarkan, meningkatkan brand awareness konsumen, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan pada akhirnya membeli produk yang ditawarkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: UKM, benchmarking, komunikasi pemasaran, kemasan, media sosial