

## ABSTRAK

UKM Shagy Lestari merupakan salah satu UKM yang berlokasi di desa Alamendah, kecamatan Ciwidey, kabupaten Bandung. UKM Shagy Lestari memproduksi hasil pertanian berupa produk olahan buah *strawberry*, dengan salah satu produk yang paling diminati yaitu selai *strawberry*. Produk olahan selai *strawberry* memiliki pasar yang potensial dibandingkan dengan produk lainnya seperti dodol *strawberry* dan sambal *strawberry*. Namun UKM Shagy Lestari memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan akan pemasaran pada produk yang dimilikinya. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian untuk merumuskan rancangan komunikasi pemasaran yang baik yang nantinya dapat diimplementasikan oleh UKM Shagy Lestari agar dapat memperluas area pemasarannya untuk meningkatkan penjualan

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan *benchmarking* terhadap UKM lainnya yang memiliki produk serupa dan telah sukses dipasarkan. Metode *benchmarking* yang dilakukan yaitu dengan mengumpulkan informasi dari produk UKM lainnya melalui wawancara mendalam dan observasi serta data-data lainnya yang memiliki informasi terpercaya seperti buku dan literatur.

Berdasarkan hasil *benchmarking* yang telah dilakukan UKM, UKM Shagy Lestari harus memperbaiki dan meningkatkan komunikasi pemasaran yang telah mereka miliki. Komunikasi pemasaran yang dapat digunakan yaitu dengan mengubah desain kemasan, pameran, serta memanfaatkan media sosial untuk perluasan jangkauan pemasaran.

Kata Kunci : UKM Shagy Lestari, Komunikasi Pemasaran, *Benchmarking*, Kemasan, Media Sosial, Pameran.