

## ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) Brownies Vannisa memproduksi brownies kukus dimana salah satu produk yang memiliki penjualan paling tinggi yaitu brownies kukus rasa coklat (*original*). Produk brownies kukus rasa coklat ini sangat digemari dibandingkan dengan brownies kukus lainnya. UKM Brownies Vannisa memiliki target untuk meningkatkan penjualan, namun UKM Brownies Vannisa memiliki keterbatasan pengetahuan dalam mempromosikan produk brownies kukus yang dimilikinya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan perbaikan komunikasi pemasaran yang tepat untuk UKM Brownies Vannisa agar dapat memberikan informasi kepada target pasar, menarik minat pembeli dan dikenal di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode *benchmarking* terhadap UKM lain yang memiliki produk sejenis dan telah sukses dipasarkan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan wawancara mendalam dan observasi, serta memanfaatkan data sekunder yang dikumpulkan melalui berbagai publikasi ilmiah, buku, dan literatur. Berdasarkan hasil analisis *gap*, dapat dirumuskan bahwa rekomendasi program komunikasi pemasaran yang dapat diterapkan oleh UKM Brownies Vannisa adalah penggunaan spanduk, optimalisasi penggunaan media sosial Facebook, Twitter, dan Instagram serta menjadi partner GO-FOOD untuk memperluas jangkauan pemasaran. Rekomendasi selanjutnya adalah pemberian potongan harga dan paket harga untuk mendorong konsumen dalam melakukan pembelian dan mengikuti kegiatan bazaar guna menjangkau pasar dalam jumlah yang cukup besar.

Kata kunci: UKM Brownies Vannisa, komunikasi pemasaran, *benchmarking*