

ABSTRAK

Keripik Ilil adalah UKM yang bergerak di bidang makanan yang berada di kota Bandung sejak tahun 2013, Keripik Pisang Ilil terbuat dari bahan dasar pisang nangka dan pisang kapas. UKM Keripik Ilil ingin memperluas area pemasarannya dan meningkatkan penjualan, namun masih memiliki keterbatasan dalam biaya, SDM, dan pengetahuan dalam komunikasi pemasaran. Sehingga, penelitian ini dilakukan untuk merancang program komunikasi pemasaran yang sesuai dan dapat diaplikasikan oleh UKM Keripik Ilil.

Penelitian ini dimulai dengan menggunakan metode *benchmarking* dengan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terhadap UKM yang memiliki produk yang sama yang telah sukses di pasaran melalui bauran komunikasi pemasaran. Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuisioner, wawancara mendalam, memanfaatkan buku-buku literature.

Berdasarkan hasil dari perbaikan komunikasi pemasaran UKM Keripik Ilil, maka rekomendasi komunikasi pemasaran yang perlu diperbaiki adalah acara & pengalaman, promosi penjualan, pemasaran langsung & berbasis data, pemasaran daring & sosial media, pemasaran *mobile*, dan hubungan masyarakat & publisitas.

Kata Kunci : UKM Keripik Ilil, Bauran Komunikasi Pemasaran, *Benchmarking*, *Analytical Hierarchy Process*.