

## ABSTRAK

Iking Kriuks merupakan Usaha kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di bidang kuliner yang sedang berkembang di daerah Cihanjuang, Kabupaten Bandung Barat. Iking Kriuks menjual produk makanan berjenis cemilan seperti keripik basreng dan keripik lumpia. Iking Kriuks telah memasarkan produknya melalui media sosial, selain juga memasarkan produknya di beberapa gerai atau *outlet* didaerah Cimahi dan Bandung. Meskipun Iking Kriuks sudah melakukan penjualan hingga daerah Bandung, namun masih banyak yang belum mengetahui produk dari Iking Kriuks.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi program komunikasi pemasaran bagi Iking Kriuks untuk meningkatkan penjualan dan membentuk kesadaran merek atau *brand awareness* Iking Kriuks. Perancangan program komunikasi pemasaran tersebut menggunakan metode *Benchmarking* dan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk memilih *benchmark partner*-nya beserta dengan bauran komunikasi pemasarannya.

Rekomendasi rancangan program komunikasi pemasaran yang dapat diusulkan kepada Iking Kriuks diantaranya adalah: memperbaiki kualitas konten Instagram; pembuatan konten Instagram *Story*; memperbanyak frekuensi *posting* di Instagram; pembuatan *website* Iking Kriuks; menerapkan sistem promosi diskon; *free shipping*; *endorsement*; frekuensi promosi yang sering; menambah dan memperluas jaringan *reseller* atau distributor; serta mengevaluasi dan menerapkan *e-commerce* sebagai media penjualan

Kata Kunci :Iking Kriuks, komunikasi pemasaran, *benchmarking*, *Analytical Hierarchy Process*, *benchmark partner*