

## ABSTRAK

Wakacao merupakan salah satu UKM yang bergerak dibidang Makanan, yang sudah didirikan sejak 2016. Wakacao sudah memiliki 18 gerai yang tersebar di beberapa Kota di Indonesia dan diantaranya ada 5 di Kota Bandung. Permasalahan yang dimiliki oleh Wakacao yaitu penjualan yang tidak stabil terhadap target di setiap tahunnya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu Wakacao dalam meningkatkan penjualan serta pemasarannya melalui usulan program komunikasi pemasaran. Perancangan program komunikasi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan metode *benchmarking* dengan alat bantu *Analytical Hierarchy Process* dalam pemilihan *partner benchmark* yang sesuai.

Penyusunan kriteria AHP terdiri dari bauran komunikasi pemasaran. Alternatif partner benchmark Wakacao merupakan pesaing yang memiliki kesamaan produk, target pasar yang sama dan juga komunikasi pemasarannya. Penelitian ini menggunakan *benchmarking* kompetitif.

Rekomendasi program komunikasi pemasaran dalam penelitian ini merupakan *copywriting*, jenis promosi yang ditawarkan, pembuatan dan ikut serta dalam acara, konten Instagram, penggunaan *website* dan media sosial YouTube.

**Kata Kunci:** UKM, Program Komunikasi Pemasaran, *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*