

ABSTAK

Fathan Mandiri merupakan salah satu dari UKM yang bergerak dibidang industri makanan ringan yaitu kripik pisang dengan banyak varian rasa. Fathan Mandiri telah berdiri sejak tahun 2016, namun belum mampu mencapai target penjualan yang diharapkan, Fathan Mandiri telah menerapkan beberapa bauran komunikasi pemasaran masih belum optimal. Tugas akhir ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan rekomendasi perbaikan terhadap bauran komunikasi pemasaran Fathan Mandiri dengan menggunakan metode *benchmarking* dan alat bantu *Analytical Hierarchy Process*. *Benchmarking* dilakukan kepada kompetitor terbaik yang dipilih dengan menggunakan metode AHP, sehingga diperoleh rancangan perbaikan guna mengoptimalkan bauran komunikasi pemasaran Fathan Mandiri. Diharapkan rekomendasi ini mampu meningkatkan kualitas kemasan dari produk kripik pisang, testimony semakin banyak, kerja sama dengan *reseller* semakin banyak, jenis promosi yang lebih bervariasi, dapat membuat *website* untuk Fathan Mandiri, kripik pisang dapat dipasarkan di *e-marketplace*, penggunaan *instagram* yang lebih masif, dan penggunaan *social media* untuk berkomunikasi dengan *customer*.

Kata Kunci : Fathan Mandiri, *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*, UKM