

## ABSTRAK

Pikyeum (Keripik Peuyeum) merupakan usaha kecil yang bergerak dibidang kuliner sejak tahun 2016 dan terletak di Kab.Bandung – Jawa Barat. Pikyeum ingin memperluas area pemasaran dan meningkatkan penjualan, namun masih memiliki keterbatasan dalam biaya, SDM dan pengetahuan mengenai komunikasi pemasarannya. Sehingga, penelitian ini dilakukan untuk merancang program komunikasi pemasaran yang sesuai dan dapat diaplikasikan oleh Pikyeum. Dalam perancangan komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode *benchmarking* dengan pendekatan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terhadap produk *benchmark partner*. Dimana pengumpulan data melalui kuisioner dan wawancara. Kesimpulan yang didapatkan dari penilitan ini berupa rancangan program komunikasi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Pikyeum. Diantaranya, dengan melakukan bebas biaya pengiriman, *diskon*, *buy one get one*, memaksimalkan penggunaan instagram, menerapkan *endorsement*, membuat *website*, menggunakan *e-marketplace*, sering mengikuti bazar dan pameran, dan menjual produk melalui *outlet*.

Kata Kunci : UMKM Pikyeum, komunikasi pemasaran, *benchmarking*, *Analytical Hierarchy Process*, *partner benchmark*