

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) Nutrity merupakan sebuah usaha yang memproduksi hasil olahan kacang kedelai menjadi minuman serbuk kedelai. UKM Nutrity memiliki target untuk meningkatkan penjualan dan melakukan ekspansi pasar, salah satu solusi yang dapat dilakukan yaitu merancang program komunikasi pemasaran. Adapun komunikasi pemasaran eksisting yang dilakukan ialah Facebook, mengikuti pameran serta memanfaatkan *word of mouth* dalam memasarkan produk. Dalam upaya merancang program komunikasi pemasaran digunakan metode *benchmarking* dengan tahapan identifikasi subjek *benchmark*, identifikasi objek *benchmark*, mengumpulkan data, menentukan *gap* dan mengambil tindakan. Selain tahap tersebut digunakan *tools benchmarking* yaitu *performance indicator* yang digunakan untuk mengetahui kinerja eksisting UKM Nutrity, sehingga dapat diketahui adanya kesenjangan proses mana yang perlu ditingkatkan sebagai acuan bagi rekomendasi program komunikasi yang diberikan.

Berdasarkan hasil *benchmarking* program komunikasi pemasaran yang dapat diterapkan oleh UKM Nutrity ialah *internet marketing* dengan menggunakan media sosial Facebook, promosi penjualan dengan memberikan *sample* produk pada saat pameran, program *reseller* untuk memperluas area pemasaran serta memasang iklan di koran.

Kata Kunci: UKM, program komunikasi pemasaran, *benchmarking*, *gap*