

ABSTRAK

UKM Kreasi Nusantara merupakan UKM yang menjual produk keripik pisang yang bernama Monster Banana dengan varian rasa coklat didirikan pada tahun 1 Juni 2017. UKM ini bergerak dibidang kuliner yang sedang berkembang khususnya di Kota Bandung. Nama dari “Monster Banana” sendiri terinovasi dari pemotongan pisang yang berukuran besar sehingga terkesan seperti “monster”.

UKM Kreasi Nusantara mengalami gejala masalah karena sering tidak tercapainya target penjualan, dimana penjualannya yang cenderung mengalami fluktuasi dan masih rendahnya tingkat pengetahuan terhadap brand produk Monster Banana dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Permasalah pada produk Monster Banana ini berasal dari penerapan program komunikasi pemasaran yang kurang maksimal. Oleh karena itu perlu adanya perbaikan dalam program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh UKM Kreasi Nusantara terhadap produk Monster Banana. Perbaikan ini dilakukan agar mendapatkan *brand awareness* yang tinggi pada masyarakat Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang komunikasi pemasaran pada produk Monster Banana dengan menggunakan metode *Benchmarking* dengan tools Analytical Hierarchy process (AHP). Metode *Benchmarking* digunakan untuk mendapatkan rancangan komunikasi pemasaran terbaik dari pesaing Monster Banana. Sedangkan, Analytical Hierarchy process (AHP) digunakan untuk menentukan *partner benchmark* yang tepat untuk Monster Banana berdasarkan program komunikasi pemasaran kompetitor.

Rekomendasi program komunikasi pemasaran dari penelitian ini adalah dengan menerapkan *free shipping*, *price off*, hadiah, blog, penambahan *e-marketplace*, fitur-fitur *website*, *youtube*, *instagram*, penambahan aplikasi *broadcast message*, dan pembuatan outlet.

Kata kunci: *Analytical Hierarchy Process*, *benchmarking*, Monster Banana, Program Komunikasi Pemasaran.