

ABSTRAK

UKM Qic' Out Zaki Shoes merupakan sebuah UKM yang memproduksi sepatu dan alas kaki serta didirikan sejak tahun 2009. Produk yang dihasilkan UKM Qic' Out Zaki Shoes adalah sepatu *sneakers*, sepatu kulit, sepatu *unisex* dan menerima pesanan sepatu sesuai keinginan pelanggan. Sampai saat ini masih terdapat target penjualan yang belum terpenuhi setiap bulannya, dikarenakan dalam memasarkan dan menjual produknya UKM Qic' Out Zaki Shoes hanya mengandalkan *retailer*. Maka dari itu, *e-marketplace* dipilih karena semakin pesatnya pertumbuhan *e-marketplace* sebagai media penjualan *online* dan telah digunakan banyak pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk perancangan program komunikasi pemasaran dengan mempertimbangkan aspek - aspek dalam melakukan penjualan melalui *e-marketplace*. Metode yang digunakan adalah metode *benchmarking* untuk membandingkan program komunikasi pemasaran melalui *e-marketplace* dengan mitra *benchmark* yang memiliki keunggulan dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) digunakan untuk menentukan prioritas dari kriteria, sub kriteria dan menentukan mitra *benchmark* yang tepat untuk setiap kriteria. Penentuan mitra *benchmark* untuk setiap kriteria dilakukan untuk memaksimalkan perancangan *e-marketplace* karena jika hanya memiliki satu mitra *benchmark* untuk keseluruhan kriteria masih terdapat kekurangan pada kriteria lainnya. Hasil penelitian ini adalah lima kriteria, enam belas sub kriteria yang diurutkan berdasarkan *priority ranking*, mitra *benchmark* untuk setiap kriteria, membuat akun *e-marketplace* dan mengimplementasikan kriteria dan sub kriteria.

Kata Kunci : Program Komunikasi Pemasaran, *Benchmarking*, *E-marketplace*, *Analytical Hierarchy Process*.