

ABSTRAK

Mantap Sangat Enterprise (MSE) merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berasal dari Dumai yang bergerak di bidang impor-ekspor, konsultan bisnis, pelatihan, dan kuliner. Dalam bidang kuliner ada empat produk yang digarap oleh Mantap Sangat, yaitu: *nugget* lele, dendeng lele, bakpia, dan es pisang hijau. Produk *nugget* lele merupakan produk unggulan dari MSE dan sudah ada di Bandung sejak tahun 2013. Selama ini, pemilik MSE hanya menggunakan komunikasi pemasaran via media sosial (*Blackberry*) dan hanya berhasil menjual sebanyak 20-50 bungkus *nugget* lele setiap minggunya. MSE belum menerapkan Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk membantu meningkatkan penjualan *nugget* lele Mantap Sangat.

Dalam penelitian ini, digunakan Komunikasi Pemasaran Terpadu dengan metode *zero-based planning*, sebuah metode perencanaan yang lebih mengedepankan aspek dinamika pasar dan kondisi *brand* daripada kondisi historis perusahaan. Pada tahap pertama dilakukan identifikasi *target audience* yaitu dengan menentukan segmentasi dan *targeting*, kemudian analisis SWOT dengan melakukan analisis terhadap empat kondisi yakni kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman. Dilanjutkan dengan menentukan target dari program Komunikasi Pemasaran Terpadu, kemudian mengembangkan bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu beserta ide kreatif. Selanjutnya dilakukan rancangan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Analisis dan Estimasi Biaya, dan Analisis Kendala. Hasil dari Analisis Kendala adalah Rekomendasi Program Komunikasi Pemasaran Terpadu.

Rekomendasi Program Komunikasi Pemasaran Terpadu ini adalah bahwa *nugget* lele Mantap Sangat harus menggunakan periklanan, pemasaran via internet and pemasaran via media sosial, *word of mouth marketing*, promosi penjualan, dan relasi publik

Kata kunci: IMC, *marketing communication*, *zero-based planning*, *nugget* lele.