

## ABSTRAK

Tabarak On Pay merupakan sebuah *startup* yang bergerak pada bidang bisnis *online payment*. Saat ini Tabarak On Pay memiliki cakupan pasar yaitu seluruh Indonesia (nasional). Tabarak On Pay sudah menerapkan program komunikasi pemasaran namun masih belum optimal sehingga *awareness* masyarakat terhadap Tabarak On Pay masih sangat rendah, fenomena ini dapat dijelaskan melalui jumlah unduh *mobile apps* yang dimiliki Tabarak On Pay paling rendah dibanding kompetitornya. selain itu masih terjadi fluktuatif yang signifikan terhadap jumlah member yang dimiliki Tabarak On Pay pada Oktober 2019 hingga Oktober 2020.

Tugas akhir ini dibuat bertujuan untuk merancang perbaikan program komunikasi pemasaran Tabarak On Pay menggunakan metode *benchmarking* dan *Analytical Hierarchy Process(AHP)*. Melalui metode *benchmarking* penulis dapat mengetahui program komunikasi yang diterapkan kompetitor Tabarak On Pay yang nanti akan dijadikan sebagai acuan perancangan program komunikasi pemasaran untuk Tabarak On Pay dan melalui *Analytical Hierarchy Process(AHP)* penulis akan mengetahui kompetitor yang terpilih sebagai *partner benchmarking*. Tugas akhir ini diharapkan akan memberikan perancangan program komunikasi pemasaran Tabarak On Pay yang akan meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Tabarak On Pay dan meningkatkan penjualan produk Tabarak On Pay.

Rekomendasi program komunikasi pemasaran yang diusulkan kepada Tabarak On Pay antara lain melakukan seminar dengan target 30 – 50 *audience*, melakukan promosi *Voucher coupons* minimal 1 kali dalam dua minggu, menambah 3 partner kolaborasi dalam waktu 1 tahun, melakukan gift minimal 1 kali dalam 3 bulan, mengunggah 5 *postingan* instagram dalam jangka waktu satu minggu, meningkatkan engagement rate 0,2% setiap bulannya, Meningkatkan 50.000 *reviewer* dalam waktu satu tahun, Meningkatkan 1.000 page visitors setiap bulan, mengikuti pameran minimal 1 kali dengan luas cakupan nasional dalam 1 tahun, menggunakan *endorsement*, menambah jam operasional *customer service* , menambah target customer *telemarketing* dan meningkatkan 5% jumlah pengunduh *mobile apps* setiap bulannya.