

ABSTRAK

Kopirek merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak pada bidang makanan dan minuman, khususnya kopi. Saat ini Kopirek telah menjalankan usahanya selama dua tahun yang mana Kopirek didirikan pada tahun 2018, tepatnya berada di Kota Bekasi. Kopirek memiliki lokasi yang cukup strategis di Kota Bekasi. Kopirek sudah mengaplikasikan beberapa bauran komunikasi pemasaran, namun belum optimal sehingga kesadaran masyarakat terhadap Kopirek masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *followers* yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu jumlah penjualan Kopirek pada bulan Oktober 2019 hingga September 2020 masih mengalami ketidakstabilan penjualan yang cukup signifikan. Pada tugas akhir ini memiliki tujuan untuk melakukan perbaikan komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode *benchmarking* dengan *tool Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Metode *benchmarking* diterapkan dengan tujuan untuk mengetahui penerapan komunikasi pemasaran terbaik dari pesaing yang nantinya akan dipakai sebagai acuan Kopirek dalam melakukan pembuatan program komunikasi pemasaran. Pesaing terpilih yang dijadikan *partner benchmark* didapatkan dengan mengolah data menggunakan *tool Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Setelah dilakukan pengolahan data, didapatkan rancangan program komunikasi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh Kopirek untuk kedepannya, antara lain meningkatkan penggunaan *poster* dan *banner*, menggunakan *website*, meningkatkan frekuensi *posting* dan jumlah konten pada Instagram, menggunakan Youtube *endorsement* dan *email blast*, meningkatkan jam operasional dan jumlah *outlet*, meningkatkan frekuensi *bundling* harga dan jumlah *partner* kolaborasi, meningkatkan frekuensi *sponsorship* dan jumlah audiens pada saat acara yang diselenggarakan oleh Kopirek.

Kata kunci: Usaha Kecil Menengah, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Bauran Komunikasi Pemasaran, *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*