

ABSTRAK

Kobin *Coffee* merupakan salah satu usaha *coffee shop* yang berdiri sejak 14 Maret 2021, dengan pendiri usaha yang bernama Riyadh Tsaniyadi Djajusman dan Astrid Karina Putri. Kobin *Coffee* melayani penjualan secara *offline* dan *online* yaitu melalui *marketplace* Go-jek dan Grab. Pendapatan Kobin *Coffee* dari bulan April sampai Juli kenaikan yang terjadi hanya 6%, tidak ada perubahan kenaikan yang signifikan, dan masih belum dapat memenuhi target yang ditetapkan. Berdasarkan permasalahan tersebut, diketahui *heart share* dari Kobin *Coffee* sendiri rendah serta penggunaan *tools* komunikasi pemasaran masih belum optimal.

Pada Tugas Akhir ini fokus pembahasan yaitu melakukan perancangan program komunikasi pemasaran pada Kobin *Coffee*. Perancangan dilakukan dengan metode *benchmarking* dan dibantu dengan *tool Analytical Hierarchy Process (AHP)* dalam menentukan *partner benchmark* yang tepat bagi Kobin *Coffee*. Dibuatnya Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendapatkan hasil rancangan yang sesuai untuk Kobin *Coffee* terkait program komunikasi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan sesuai ketentuan yang ditetapkan Kobin *Coffee*.

Hasil rancangan yang diusulkan kepada Kobin *Coffee* antara lain meningkatkan nilai *engagement rate* sebesar 0,16% pada Instagram, melakukan postingan aktif dalam sebulan selama 3 minggu dengan post per minggunya sebanyak 3 postingan melalui Instagram, mengadakan minimal 1 kali *special event*, mengadakan minimal 1 *event festivals*, mengadakan *special event* dan *festivals* dengan banyak peserta 30 orang, menerapkan *giveaway* dengan target minimal sebanyak 30 orang, menyediakan 2 ragam paket *product bundling*, menambah 3 jenis *point of purchase display*, memasukan desain pada kemasan, menambah kemasan dengan material yang memiliki ketahanan panas, menambah variasi model kemasan, menambah 2 media eksternal publikasi, menjadi sponsor suatu acara dengan luas cakupan *audiens* sebanyak minimal 1.500 orang, mengikuti pameran dagang dengan cakupan kota Bandung, menambah 2 tambahan layanan pada customer services, menerapkan *text messages* melalui *official account* line dengan jangkauan 1.000 orang.

Kata Kunci: *Benchmarking, Analytical Hierarchy Process, Coffee Shop, Marketing Communication*