

ABSTRAK

Pemasaran B2B adalah penjualan produk atau layanan antar perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran di tingkat perusahaan. Salah satu komponen utama dalam pemasaran B2B adalah informasi, yang mana sektor ini telah berevolusi untuk beradaptasi dengan zaman baru. Digital Marketing Communication memanfaatkan teknologi terkini untuk menyebarkan komunikasi yang terintegrasi, ringkas, dan terukur guna membangun hubungan baik dengan pelanggan. Agar tetap kompetitif, pengelolaan *social media* khususnya dengan platform seperti Meta, TikTok, dan Instagram dapat menjadi pilihan untuk mengukur kinerja bisnis secara lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan rekomendasi terkait strategi *social media marketing* pada perusahaan *skincare* B2B XYZ dengan tujuan utama untuk menentukan media sosial pada aktivitas pemasaran di media sosial dengan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dan *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)*. Metode AHP digunakan untuk menentukan kriteria yang paling berpengaruh dalam kegiatan *social media marketing*, sedangkan metode TOPSIS digunakan untuk mengevaluasi dan memberikan rekomendasi alternatif strategi yang paling optimal berdasarkan kriteria tersebut. Studi dimulai dengan identifikasi kriteria utama yang relevan seperti biaya, jangkauan, engagement, dan konversi, melalui survei dan wawancara dengan para ahli pemasaran digital.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kombinasi metode AHP dan TOPSIS dapat memberikan rekomendasi strategi yang efektif dan efisien dalam mengelola aktivitas *social media marketing*, sehingga mampu mengurangi biaya pemasaran perusahaan. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi XYZ dalam mengoptimalkan kampanye *social media marketing* mereka di masa depan.

Kata Kunci: Pemasaran B2B, Social Media Marketing, Performance, Metode AHP, Metode TOPSIS.