

ABSTRAK

Industri *roastery coffee* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya tren konsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Perkembangan ini mendorong pelaku usaha untuk bersaing tidak hanya dari sisi kualitas produk, tetapi juga dalam efektivitas strategi komunikasi pemasarannya. Twin Mankies Coffee House sebagai salah satu pelaku UMKM di sektor ini mengalami tantangan berupa penurunan penjualan dan kurang optimalnya implementasi bauran komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk merancang perbaikan program komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode *benchmarking*. Herd Coffee Roaster dipilih sebagai alternatif *partner benchmark* karena memiliki performa komunikasi pemasaran yang lebih unggul. Metode penelitian mencakup pengumpulan data primer dan sekunder, analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), identifikasi gap, dan penyusunan future performance. Hasil perancangan menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pemasaran Twin Mankies dapat ditingkatkan melalui penguatan promosi digital, intensifikasi kegiatan event, optimalisasi *direct marketing*, serta penetapan indikator kinerja yang terukur. Rekomendasi ini diharapkan mampu menjadi pendekatan strategis dalam meningkatkan *sales growth* dan daya saing Twin Mankies di industri *roastery coffee*.

Kata Kunci: ***Roastery Coffee, Komunikasi Pemasaran, Benchmarking, Twin Mankies Coffee House***