

ABSTRAK

Cut & Cut Babershop merupakan sebuah UMKM jasa pangkas rambut pria (*Barbershop*) yang telah berdiri sejak tahun 2021 dan ber lokasi di Perumahan Grand Nusa Indah Cileungsi, Kab. Bogor. *Cut & Cut Barbershop* sendiri memiliki permasalahan yaitu biaya yang dikeluarkan dalam satu bulan lebih besar dibandingkan dengan rata-rata pendapatan per bulannya. Pendapatan yang cenderung kecil ini dipicu oleh sedikitnya pelanggan yang datang karena sedikitnya masyarakat yang mengetahui tentang *brand Cut & Cut Barbershop*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan meningkatkan *brand awareness* dengan merancang program komunikasi pemasaran menggunakan metode *benchmarking* yang digunakan untuk. Selain metode *benchmarking*, dalam penelitian ini juga digunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* yang digunakan untuk menentukan program komunikasi pemasaran dan *partner benchmark* terbaik dengan menentukan skala prioritasnya. Penelitian tugas akhir ini menghasilkan 7 rekomendasi program komunikasi pemasaran yang dapat digunakan *Cut & Cut Barbershop* antara lain adalah menggunakan online advertising dengan periode penayangan iklan minimal 1 bulan, membuat informasi grafis yang dipaparkan di depan toko fisik guna menarik perhatian masyarakat sekitar agar jumlah pelanggan meningkat, membuat paket bundling antara jasa pangkas rambut dengan produk dengan harga yang cenderung lebih murah dibandingkan dengan harga beli produk satuan, membuat konten *voluntary endorsement* dengan topik yang relavan dengan jenis usaha dengan influencer ataupun public figure yang memiliki banyak pengikut dan relavan terhadap target pelanggan, membuat social event seperti seminar atau *social interaction* kepada target pelanggan, membuat konten pemasaran yang di publikasikan melalui media sosial dan dikembangkan sehingga meluas cakupannya, dan melakukan penerapan diskon pada saat hari-hari besar seperti tahun baru, idul fitri, natal, dan lainnya.

Kata Kunci : *Barbershop, Benchmarking, UMKM, Strategi Komunikasi Pemasaran, Brand Awareness, Analytical Hierarchy Process (AHP).*