

ABSTRAK

Restoran Kumaramen adalah salah satu restoran khas Jepang yang menawarkan ramen “*leveling*” di kota Bandung. Karena ketatnya persaingan usaha restoran di kota Bandung restoran Kumaramen mengalami penurunan pendapatan dan brand awareness. Sehingga pemilik restoran Kumaramen memiliki keinginan untuk meningkatkan kembali brand awareness dan meningkatkan kembali pendapatannya. Oleh karena itu, dilakukan sebuah penelitian untuk merumuskan rancangan program komunikasi pemasaran yang tepat untuk restoran Kumaramen agar dapat memberikan informasi produk, program-program promosi yang dapat menarik minat pembeli dan membuat restoran Kumaramen dikenal kembali oleh masyarakat kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *benchmarking* dengan membandingkan program komunikasi pemasaran eksisting restoran Kumaramen dengan usaha yang lebih sukses. Usaha restoran yang dijadikan obyek adalah restoran sejenis yang sukses dan restoran beda jenis namun masih masuk pesaing di kota Bandung. Dalam penentuan program komunikasi pemasaran dilakukan identifikasi komunikasi pemasaran *eksisting* antara restoran Kumaramen dan pesaing yang dijadikan pembanding dan ditentukan indikator pembandingnya, setelah itu dilakukan proses *benchmarking* untuk mengetahui perbedaaan diantara ketiganya. Setelah didapatkan kesenjangan diantara ketiga objek tersebut maka akan dilakukan analisis gap untuk menentukan indikator yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan perbaikan. Sehingga akan dihasilkan rancangan program komunikasi pemasaran yang tepat bagi restoran Kumaramen.

Berdasarkan hasil *benchmarking* restoran Kumaramen mendapatkan suatu rekomendasi program komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki. Program komunikasi pemasaran yang dapat diterapkan antara lain perbaikan *packaging*, program membership, optimalisasi media sosial, menjalin kerja sama dengan komunitas Jepang dan word of mouth. Rekomendasi yang diusulkan tersebut telah disesuaikan dengan sumber daya, sehingga dapat diimplementasi oleh restoran Kumaramen.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, *Benchmarking*, Gap