

ABSTRAKSI

Telkom University merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Bandung yang memiliki lahan yang luas dan ditumbuhi oleh pepohonan dan tanaman. Banyaknya pepohonan dan tanaman menyebabkan sampah dedaunan dan potongan rumput liar berserakan di lingkungan sekitar *Telkom University*. Pengelola pupuk organik *Telkom University* berupaya untuk memanfaatkan sampah organik tersebut untuk diolah menjadi pupuk padat organik. Pupuk organik memiliki banyak manfaat untuk tanaman, salah satunya adalah dapat meningkatkan kesuburan tanah. Pengelola pupuk organik *Telkom University* ingin memasarkan produk pupuk padat organik tersebut, namun masih memiliki keterbatasan pengetahuan dalam komunikasi pemasaran.

Penelitian ini dilakukan untuk merancang bauran komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kompetensi dan dapat diimplementasikan oleh pengelola pupuk organik *Telkom University*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *benchmarking*. *Benchmarking* yang dilakukan adalah *benchmarking* kompetitif dan fungsional. Perusahaan/mitra usaha yang dijadikan sebagai objek *benchmarking* adalah CV. Agro Duta dan PT. CVSK. *Benchmarking* dilakukan terhadap aspek pasar dan bauran komunikasi pemasaran yang meliputi media dan konten komunikasi pemasaran. Komponen tersebut dianalisis untuk mencari *gap* agar dapat menentukan *best practice*. *Best practice* digunakan untuk menetapkan target yang dipilih untuk diimplementasikan.

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil *benchmarking*, yaitu mendapatkan rekomendasi bauran komunikasi pemasaran yang meliputi wilayah pemasaran, target pasar, media dan konten komunikasi pemasaran, serta langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pengelola pupuk organik *Telkom University* untuk mengimplementasikan bauran komunikasi pemasaran yang dirancang.

Kata kunci: *Benchmarking*, Pengelola Pupuk Organik *Telkom University*, Bauran Komunikasi Pemasaran, Pupuk Padat Organik