

ABSTRAK

PT Insan Agritama Teknologi merupakan sebuah perusahaan supplier bahan pangan berbasis e-commerce yang bernama Inagri yang berdiri pada tahun 2015, kantor Inagri terletak di Jalan Kacapi no 24, Bandung. Inagri menggunakan model bisnis b2b yaitu *bussines to bussines* yang dimana pelanggannya merupakan restoran, katering dan hotel di daerah Bandung, bahan pangan yang diproduksi inagri ialah sayuran buah-buahan dan daging olahan. Sampai saat ini sales revenue Inagri belum dapat mencapai target yang telah ditentukan pada tiap bulannya dikarenakan Inagri belum dapat menjangkau kota Bandung secara luas karena kebanyakan pemilik restoran, katering dan hotel masih lebih percaya dengan pasar dan petani lokal.

Inagri sudah menggunakan program komunikasi pemasaran yang terdiri dari lima model bauran komunikasi pemasaran namun belum bisa menjangkau konsumen baru, oleh karena itu diperlukannya perbaikan pada program komunikasi pemasaran Inagri agar dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode *benchmarking* untuk membandingkan kinerja program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Inagri dengan program komunikasi pemasaran *partner benchmark* dalam bidang yang sama dengan memiliki keunggulan dalam sisi program komunikasinya. Dalam menentukan partner benchmark terbaik untuk Inagri dilakukan dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.

Setelah didapatkan partner benchmark terbaik untuk Inagri dilakukan identifikasi pada program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan, dan langkah selanjutnya melakukan identifikasi gap yang bertujuan untuk menemukan perbedaan antara masing program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Inagri dan partner benchmark, dan langkah terakhir yaitu menentukan target perbaikan untuk program komunikasi pemasaran yang baru bagi Inagri diusulkan berdasarkan kemampuan sumber daya yang dimiliki oleh Inagri.. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh rancangan program komunikasi pemasaran yang baru bagi Inagri.

Kata Kunci – Program Komunikasi Pemasaran, *Benchmarking*, *Analytical Hierarchy Process*