

ABSTRAK

Zflora Gardening, sebuah pelaku usaha yang telah tumbuh dan bersaing dalam industri lansekap dan tanaman hias di Puncak, Jawa Barat, telah beroperasi selama tiga generasi dan terus berkembang. Meskipun demikian, perusahaan menghadapi kendala dalam penurunan penjualan akibat kurangnya *eksposur* di media sosial dan kurangnya pengenalan di kalangan masyarakat umum. Untuk mengatasi tantangan ini, Zflora Gardening dapat mempertimbangkan untuk mengevaluasi strategi yang diterapkan oleh pesaingnya. Hal ini dapat dicermati dari jumlah pengikut akun Instagram Zflora Gardening yang terbilang sedikit bila dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Selain itu, rendahnya tingkat kesadaran merek yang dihasilkan dari survei pendahuluan juga menjadi faktor penyebab penurunan penjualan. Perusahaan belum mampu mengoptimalkan komunikasi pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan sistem terintegrasi yang dapat meningkatkan program komunikasi pemasaran Zflora Gardening. Metode yang digunakan adalah benchmarking, dengan fokus pada analisis *gap* program komunikasi pemasaran Zflora Gardening dengan *Partner Benchmark* yang dipilih, yakni Flora Bukan Fauna, Siap Nanam, dan Flora Ayu Nusantara. Untuk menganalisis data, penelitian menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online* melalui *platform Questionpro* kepada responden yaitu *stakeholder* dari Zflora gardening yang memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang industri tanaman hias, dan terlibat aktif dengan brand. Hal ini untuk memastikan penilaian yang akurat dan relevan. Tujuan akhir Penelitian ini diharapkan dapat menentukan *partner benchmark* terpilih yang sesuai dengan Zflora Gardening serta dapat merancang usulan program komunikasi pemasaran yang tepat dengan menerapkan rencana perbaikan pada 14 kriteria komunikasi pemasaran yang diusulkan dengan dilakukannya penelitian ini. Dan penelitian ini menghasilkan Flora Ayu Nusantara sebagai *partner benchmark* terpilih, serta program komunikasi pemasaran *online* dan media sosial merupakan prioritas perbaikan tertinggi yang dapat dilakukan Zflora Gardening.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *Benchmarking*, *Partner Benchmark*, Program Komunikasi Pemasaran.