

ABSTRAK

Havanyawears merupakan salah satu *online shop* yang berfokus dibidang *Fashion muslimah* dan didirikan sejak tahun 2019. Target pasar Havanyawears adalah wanita berjilbab yang berumur 17 hingga 30 tahun. Havanyawears berfokus memasarkan dan menjual produk secara *online* menggunakan media sosial Instagram dan *e-marketplace* shopee, tetapi penjualannya masih belum memenuhi target dari bulan Januari 2021 hingga bulan September 2021. Penjualan Havanyawears yang masih belum mencapai target dikarenakan persaingan yang semakin ketat yang ditinjau melalui *engagement rate*, bauran komunikasi pemasaran dan perbandingan variasi produk dengan competitor. Penjualan Havanyawears yang masih belum memenuhi target tersebut dikarenakan faktor produk, promosi, *place*, dan *brand*. Pada Tugas Akhir ini akan berfokus kepada masalah promosi yaitu komunikasi pemasaran karena Havanyawears hanya menerapkan 4 dari 8 bauran komunikasi pemasaran yaitu *sales promotion*, *online and social media*, *advertising* dan *publicrelation and publicity* dan belum menerapkannya secara optimal.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk melakukan rancangan system terintegrasi untuk perbaikan komunikasi pemasaran menggunakan metode *benchmarking* dan *Analytical Hierarchy Process*. Melalui metode *benchmarking* penulis dapat mengetahui program komunikasi yang diterapkan competitor Havanyawears yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan untuk perbaikan program komunikasi pemasaran Havanyawears. Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) bertujuan untuk mengetahui kopetitor yang terpilih sebagai partner benchmarking.

Rancangan program komunikasi pemasaran yang diusulkan kepada Havanyawears, antara lain membuat *giveaway*, melakukan perluasan cakupan *free-shipping*, menaikkan nilai *engagement rate* dan frekuensi posting pada Instagram, Membuat website dengan memiliki nilai SEO yang baik, memiliki nilai *conversion rate* yang baik, memiliki *persentase bouncerate* yang rendah, meningkatkan frekuensi *posting* dan *viewers* pada Tiktok, meningkatkan waktu operasional kerja, Meningkatkan rating pada *E-marketplace*, mendaftarkan status Shopee menjadi ShopeeMall, menambah kontrak jumlah posting pada endorser,

membuat acara *anniversary* dengan melibatkan influencer, melakukan pengoptimalan pada Whatsapp Business, menambahkan informasi social media dan e-marketplace pada *packaging*, mengikuti *stand bazaar*.

Tugas akhir ini akan memberikan perbaikan rancangan program komunikasi pemasaran kepada Havanyawears yang akan bermanfaat meningkatkan frekuensi penjualan produk dan awareness masyarakat terhadap Havanyawears.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Bauran Komunikasi Pemasaran, *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*, *Fashion muslim*,