

ABSTRAK

Cotton.Go adalah UKM yang bergerak di bidang *fashion*. Cotton.Go memiliki kualitas produk yang baik namun tidak banyak orang yang mengetahui produk Cotton.Go. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan sudah menerapkan beberapa komunikasi pemasaran namun tingkat penjualan Cotton.Go dari Januari 2016 hingga November 2017 masih mengalami fluktuasi yang signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan perbaikan komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode *benchmarking* dengan *tool Analytical Hierarchy Process* (AHP). Perancangan yang dilakukan harus mampu memberikan dampak pada tingkat penjualan Cotton.Go. Penggunaan metode *benchmarking* pada Cotton.Go sangat tepat digunakan untuk mendapatkan rancangan komunikasi pemasaran yang paling baik diantara kompetitor Cotton.Go untuk dianalisis dan diterapkan sesuai kapasitas perusahaan Cotton.Go.

Pada penelitian ini dirumuskan usulan rekomendasi pemasaran yang perlu diterapkan oleh Cotton.Go diantaranya adalah penerapan promosi *free shipping*, *buy one get one*, diskon, menggunakan *e-marketplace*, membuat *website*, mengikuti expo, menjalin kerjasama sponsorship, memanfaatkan Instagram dan iklan cerita Instagram, menerapkan *endorsement*, dan menjual produk melalui *outlet*.

Kata kunci : *Analytical Hierarchy Process, fashion, benchmarking, komunikasi pemasaran, partner benchmark, UKM.*