

ABSTRAK

Humera Hijab merupakan salah satu *home industry* yang bergerak di bidang produksi hijab/jilbab yang berdiri pada tahun 2015 di Bandung. Humeera Hijab adalah *brand* hijab dengan harga yang ekonomis dan mempunyai kualitas yang baik. Masalah pada Humeera Hijab yaitu penjualan Humeera Hijab yang jauh di bawah target penjualan dan paling sedikit bila dibandingkan dengan *brand* kompetitornya.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi program komunikasi pemasaran bagi Humeera Hijab untuk meningkatkan penjualannya dan membentuk kesadaran mereknya. Perancangan program komunikasi pemasaran tersebut menggunakan metode *benchmarking* dan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* untuk memilih partner benchmark-nya beserta dengan bauran komunikasi pemasarannya.

Pada penelitian ini disusun kriteria AHP yang dibentuk dari bauran komunikasi pemasaran. Alternatif *partner benchmark* yang digunakan dalam AHP merupakan pesaing dari Humeera Hijab karena penelitian ini menggunakan *competitive benchmarking*.

Rekomendasi program komunikasi pemasaran dari penelitian ini adalah dengan menerapkan *copywriting* yang sesuai, menambah jumlah alternatif promosi yang digunakan (*free shipping*), memberikan diskon pada hari-hari besar tertentu, membuat blog, mengevaluasi dan menerapkan *e-marketplace* yang akan digunakan, membuat *website*, mengikuti expo dengan skala daerah/regional dan menjadi sponsor acara, membuat rencana untuk menambah dan menentukan frekuensi posting, menerapkan *endorsement*, dan membuat *store* atau bekerjasama dengan *store* yang menjual produk yang sama.

Kata kunci: *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*, Hijab, Program Komunikasi Pemasaran, UKM.