

## ABSTRAK

Kelom Geulis Talitha adalah salah satu produk yang dijual di Toko Iskandar Toha yang merupakan salah satu pelaku ekonomi kreatif di Tasikmalaya. Produk Kelom Geulis Talitha adalah produk yang penjualannya paling sedikit dibandingkan dengan produk lain yang dijual di Toko Iskandar Toha dan penjualannya jauh di bawah target penjualan maka terdapat penumpukkan pada *inventory*.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi program komunikasi pemasaran Kelom Geulis Talitha untuk meningkatkan penjualannya dan membentuk kesadaran mereknya. Perumusan rekomendasi tersebut menggunakan metode *competitive benchmarking* juga menggunakan *Analytical Hierarchy Process* untuk membandingkan program komunikasi pemasaran dari pesaing Kelom Geulis Talitha, yaitu Kelom Geulis Sagitria, Kelom Geulis Sheny, dan Kelom Geulis Salsa.

Kriteria program komunikasi pemasaran untuk AHP dibentuk dari bauran komunikasi pemasaran Kotler dan Keller, yaitu *advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, direct and interactive marketing, mobile marketing, dan personal selling*.

Rekomendasi program komunikasi pemasaran dari penelitian ini adalah dengan mengikuti menerapkan *price-off*, menggunakan *point of purchase display*, mengikuti *community relations*, menggunakan *social media*, membuka *factory tours*, melakukan *sponsorship*, menggunakan *e-marketplace*, dan mengikuti *fairs and trade shows*.

Kata kunci: *Analytical Hierarchy Process, benchmarking, kelom geulis, ekonomi kreatif, program komunikasi pemasaran.*