

ABSTRAK

Reclays.id merupakan salah satu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di bidang *fashion*. Reclays.id memproduksi kaos dengan desain-desain ilustrasi yang unik agar *brand* tersebut memiliki ciri khas dibanding *brand* lain. Kaos yang diproduksi Reclays.id pun terbuat dari material terbaik sehingga menghasilkan kualitas yang bagus dan nyaman ketika digunakan. Namun, Reclays.id memiliki permasalahan pada penjualannya yaitu penjualan dari produk kaos Reclays.id mengalami fluktuasi pada setiap bulannya dan tidak dapat memenuhi target. Permasalahan tersebut dapat terjadi karena program komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Reclays.id belum maksimal.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan perbaikan dan memberi rekomendasi program komunikasi pemasaran untuk Reclays.id dengan menggunakan metode *benchmarking* dan *tool Analytical Hierarchy Process* (AHP). *Benchmarking* digunakan untuk mencari praktik terbaik dari kompetitor agar dapat diimplementasikan oleh Reclays.id sesuai dengan kemampuan internal dan dibantu dengan *tool Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan *benchmark partner* yang sesuai dengan Reclays.id.

Rekomendasi program komunikasi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Reclays.id adalah dengan mengiklankan melalui majalah, menambah program *giveaway* dan program diskon pada tahun baru, mengadakan seminar mengenai wirausaha minimal satu kali dalam setahun, menggunakan Line sebagai *platform* aplikasi *chat*, mengikuti *expo* berskala nasional minimal satu kali dalam setahun, meningkatkan frekuensi *posting* dan jumlah *likes*, dan menambah jumlah *outlet* di luar kota Bandung.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy Process, Benchmarking, Benchmark Partner, Fashion, Program Komunikasi Pemasaran, UKM*