

ABSTRAK

Tuff Shoes merupakan salah satu UKM yang bergerak dibidang produksi sendal sepatu yang berdiri pada tahun 2016. Tuff Shoes adalah salah satu *brand* di Bandung dengan harga yang ekonomis dan mempunyai kualitas produk yang baik dan sudah menerapkan beberapa komunikasi pemasaran namun tingkat penjualan Tuff Shoes dari November 2018 hingga November 2019 masih mengalami fluktuasi yang signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi program komunikasi pemasaran dengan menggunakan metode *benchmarking* dengan *tool Analytical Hierarchy Process* (AHP). Perancangan yang dilakukan harus mampu memberikan dampak pada tingkat penjualan Tuff Shoes. Metode *benchmarking* pada Tuff Shoes sangat tepat digunakan untuk mendapatkan rancangan komunikasi pemasaran yang paling baik diantara kompetitor Tuff Shoes untuk dianalisis dan diterapkan sesuai kapasitas perusahaan.

Pada penelitian ini dirumuskan usulan rekomendasi pemasaran yang perlu diterapkan oleh Tuff Shoes di antaranya adalah penerapan *Copywriting*, promosi *free shipping*, diskon, menggunakan *E-marketplace*, mengikuti Expo, menjalin kerjasama *sponsorship*, memanfaatkan Instagram dan iklan cerita Instagram dan *website*.

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