

ABSTRAK

Magma Apparel merupakan salah satu *clothing company* yang terletak di Kota Bandung. Magma Apparel menjual berbagai macam produk, yaitu *t-shirt*, hoodie, kemeja, tas, dan lain-lain. Saat ini, Magma Apparel memiliki beberapa gejala permasalahan selama beberapa tahun terakhir. Salah satu gejala permasalahan adalah tidak tercapainya target pendapatan tiap bulan dan rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat Bandung mengenai Magma Apparel dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Magma Apparel sadar harus melakukan peningkatan *awareness* terhadap masyarakat Kota Bandung. Permasalahan yang dialami Magma Apparel dapat berasal dari kurang maksimalnya program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan selama ini oleh Magma Apparel sehingga diperlukannya perbaikan komunikasi pemasaran Magma Apparel agar mendapatkan *brand awareness* yang tinggi di masyarakat Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang program komunikasi pemasaran pada Magma Apparel menggunakan metode *Benchmarking* dengan *tools Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Metode *benchmarking* digunakan untuk mendapatkan rancangan komunikasi pemasaran terbaik dari kompetitor Magma Apparel. *AHP* digunakan untuk menentukan *partner benchmark* yang tepat untuk Magma Apparel dan didasarkan pada bauran komunikasi pemasaran kompetitor.

Pada penelitian ini dirumuskan bahwa perbaikan program komunikasi pemasaran Magma Apparel yang perlu dilakukan perbaikan yaitu pada Iklan, Promosi Penjualan, Humas dan Publisitas, Pemasaran Langsung dan Database, Pemasaran *Online* dan Media Sosial, Acara dan Pengalaman, *Mobile Marketing* dan Penjualan Personal

Kata Kunci : *Analytical Hierarchy Process, clothing company, benchmarking, komunikasi pemasaran, partner benchmark.*