

ABSTRAK

Khabila merupakan salah satu UKM yang bergerak pada bidang pakaian muslimah yang berfokus menjual kerudung. Khabila mulai mendirikan usahanya pada tahun 2019 yang berdomisili di Tangerang Selatan. Khabila mengalami penjualan yang fluktuatif dan cenderung tidak mencapai target dari penjualan. Salah satu faktor penyebab tidak tercapainya target penjualan tersebut adalah rendahnya tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap *brand* Khabila. Terdapat tiga faktor yang menyebabkan rendahnya *brand awareness* masyarakat terhadap *brand* Khabila. Sehingga peneliti akan melakukan perancangan perbaikan program komunikasi pemasaran pada *brand* Khabila dengan menggunakan metode *benchmarking* dengan *tools Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Rekomendasi perbaikan program komunikasi pemasaran dari penelitian ini didapatkan bauran komunikasi pemasaran yang dapat diimplementasikan secara berurutan oleh Khabila adalah *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Mobile Marketing, Online and Social Media Marketing, Events and Experiences, Public Relation and Publicity, Direct and Database Marketing*. dengan program komunikasi pemasaran menambah *business ads*, membuka outlet, memberikan *free shipping*, memberikan *bundling* harga, menambah *mobile application*, menambah jenis media sosial, mengikuti pameran baik secara regional atau nasional, melakukan *endorsement* kepada *influencer*, meningkatkan pengikut pada *e-commerce*, meningkatkan performa *chat* pada *e-commerce*, dan mempertahankan rating akun pada *e-commerce*

Kata kunci: Benchmarking, AHP, Hijab, Promotion