

ABSTRAK

UMKM Sop Buntut Cut Meutia merupakan UMKM yang berdiri di bidang kuliner makanan yang berada di Jakarta Pusat. Penjualan yang dilakukan oleh UMKM Sop Buntut Cut Meutia ini sudah secara *online* dan *offline*. Namun, selama pandemi COVID-19 ini, pendapatan keseluruhan dari UMKM Sop Buntut Cut Meutia kerap mengalami penurunan tiap bulannya. Menurut survei pendahuluan yang sudah dilakukan terkait *brand awareness* UMKM tersebut menghasilkan bahwa sebesar 63,3% responden yang belum mengetahui UMKM ini. Telah dilakukan dan dibuktikan bahwa melalui survei terkait penilaian kualitas produk yang dimiliki oleh UMKM ini melalui *e-marketplace*, terbukti bahwa produk yang dijual oleh UMKM ini berkualitas dan dapat diterima di pasar. Hal ini dapat dilihat dari penilaian oleh konsumen UMKM yang ada pada beberapa *e-marketplace* tersebut.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM Sop Buntut Cut Meutia tersebut menjadi pembahasan utama pada Tugas Akhir ini dengan melakukan perancangan perbaikan media pemasaran *online* melalui media sosial Instagram yang sudah dimiliki oleh UMKM menggunakan metode *benchmarking* dan *tool Analytical Hierarchy Process* untuk mengetahui lebih dalam praktik terbaik dengan *priority ranking* yang perlu dilakukan dalam menjalani pemasaran *online* Instagram ini.

Data yang telah diolah secara AHP menghasilkan *priority ranking* terkait mitra *benchmark* yang terpilih serta mitra *benchmark* yang terpilih. Dilakukan identifikasi *gap* antara Sop Buntut Cut Meutia dengan mitra *benchmark* yang terpilih sehingga akan menghasilkan hasil rancangan berdasarkan *gap* yang ada. Dalam hasil rancangan tersebut menghasilkan total sebanyak 14 usulan rancangan perbaikan yang berupa *future performance* menggunakan aspek sistem terintegrasi yaitu, *man, tools, method, dan information*. Hasil usulan perbaikan komunikasi pemasaran Instagram berdasarkan urutan adalah pada kriteria *Story*, yaitu testimoni *endorsement*, mengunggah *story* variatif, dan menggunakan fitur *story*, pada kriteria *Feeds*, yaitu konten yang variatif, intensitas postingan, dan postingan terjadwal, pada kriteria *Reels*, yaitu konten *reels* yang variatif, mengunggah secara rutin, dan kualitas video yang tinggi, pada kriteria *Profile*,

yaitu mencantumkan variasi *highlight* dan pada kriteria *Caption*, yaitu *caption* yang informatif dan terdapat *hashtag* yang relevan.

Kata kunci — **Sop Buntut Cut Meutia, Media Pemasaran *Online*, Benchmarking, Analytic Hierarchy Process, AHP, Instagram**