

## ABSTRAK

Industri alas kaki di Indonesia, yang didominasi oleh UMKM, menunjukkan potensi signifikan dengan daya saing yang kuat dan tren permintaan pasar yang terus meningkat. Tamanara merupakan salah satu merek alas kaki lokal Bandung yang berdiri sejak tahun 2013 dengan menawarkan beragam produk berkualitas tinggi seperti *flat shoes*, *high heels*, *loafers*, dan pantofel dengan harga yang terjangkau. Strategi penjualan Tamanara berfokus pada *platform digital*, seperti Facebook dan WhatsApp, serta berbagai *marketplace e-commerce*. Meskipun produk Tamanara mendapat penilaian tinggi dari konsumen terkait kualitas produknya dan dapat diterima oleh pasar, data internal menunjukkan pendapatan yang fluktuatif serta tidak mencapai target dalam beberapa waktu. Selain itu, hasil survei pendahuluan dan analisis metrik media sosial menunjukkan bahwa Tamanara memiliki *engagement rate* dan *brand awareness* yang rendah. Hal ini menjadi landasan Tugas Akhir dalam memperbaiki media sosial Instagram Tamanara sebagai media utama komunikasi pemasaran.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, metode *benchmarking* digunakan untuk menganalisis *gap* antara kinerja media sosial Instagram Tamanara dengan praktik terbaik dari mitra *benchmark* yang terpilih. Observasi dilakukan terhadap aktivitas Instagram mitra *benchmark* terhadap sub-kriteria dan parameter yang ditetapkan. Sementara, *Analytical Hierarchy Process* (AHP) membantu dalam proses pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kriteria dalam menentukan peringkat prioritas fitur media sosial Instagram yang terpilih yaitu *Feeds*, *Caption*, *Story*, *Reels*, dan *Profile*. Analisis ini juga mencakup 16 sub-kriteria Instagram yang merupakan integrasi antara *Voice of Customer* (VoC) dan temuan dari penelitian terdahulu. Hasil akhir penelitian berupa serangkaian usulan perbaikan pengelolaan konten media sosial Instagram Tamanara sebagai media utama komunikasi pemasaran *online* yang diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* dan pendapatan Tamanara yang lebih stabil.

Kata kunci — Instagram, *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*, *Fashion*, *Social Media Marketing*, Alas Kaki.