

ABSTRAK

Perkembangan UMKM di Indonesia yang pesat meningkatkan persaingan bisnis, khususnya pada sektor perdagangan ponsel pintar. Urban Cell sebagai pelaku usaha di bidang tersebut menghadapi kendala belum optimalnya pemasaran digital melalui Instagram, yang terlihat dari performa akun yang masih tertinggal dibandingkan kompetitor dari sisi pengikut, interaksi, dan keterlibatan audiens. Oleh karena itu, diperlukan perancangan sistem pengelolaan Instagram yang lebih efektif untuk mendukung promosi, branding, dan interaksi dengan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan merancang sistem pengelolaan Instagram Urban Cell berdasarkan analisis gap dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *benchmarking*. Data diperoleh melalui wawancara, survei, serta analisis data internal dan sekunder. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa Appel House terpilih sebagai mitra *benchmark* terbaik dengan nilai prioritas global tertinggi sebesar 0,369. Selanjutnya, dilakukan identifikasi kesenjangan untuk menentukan aspek yang memerlukan perbaikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prioritas perbaikan terletak pada variasi konten, estetika, konsistensi pembaruan, serta penggunaan *caption* dan *hashtag*. Selain itu, kelengkapan *profile* dan interaktivitas konten juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan audiens. Rancangan sistem disusun berdasarkan aspek *man*, *tools*, *method*, dan *information* guna menghasilkan pengelolaan Instagram yang terstruktur dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Selain peningkatan performa akun, hasil validasi pendukung juga menunjukkan adanya peningkatan omzet perusahaan pada kondisi eksisting. Namun, peningkatan omzet tersebut diposisikan sebagai implikasi bisnis yang beriringan dengan perbaikan pengelolaan Instagram, bukan sebagai akibat tunggal dari rancangan sistem.

Kata Kunci : Instagram, Pengelolaan Media Sosial, *Benchmarking*, AHP, Urban Cell

ABSTRACT

The rapid growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia has intensified business competition, particularly in the smartphone retail sector. Urban Cell, as a business actor in this field, faces challenges in optimizing digital marketing through Instagram, as indicated by its account performance, which still lags behind competitors in terms of followers, interactions, and audience engagement. Therefore, it is necessary to design a more effective Instagram management system to support promotion, branding, and customer interaction.

This study aims to design an Instagram management system for Urban Cell based on gap analysis using the Analytical Hierarchy Process (AHP) and benchmarking methods. Data were collected through interviews, surveys, and analysis of internal and secondary data. The results show that Appel House was selected as the best benchmarking partner with the highest global priority value of 0.369. Furthermore, a gap identification process was conducted to determine aspects that require improvement.

The results indicate that improvement priorities lie in content variation, visual aesthetics, consistency of updates, and the use of captions and hashtags. In addition, profile completeness and content interactivity also play important roles in increasing audience trust and engagement. The proposed system is developed based on the aspects of man, tools, method, and information to create an Instagram management system and enhance the company's competitiveness.

In addition to improving Instagram account performance, the supporting validation also indicates an increase in company revenue in the existing condition. However, the increase in revenue is positioned as a business implication that occurs alongside the improvement of Instagram management, rather than as the sole effect of the proposed system.

Keywords: *Instagram, social media management, benchmarking, AHP, Urban Cell*