

ABSTRAK

Lia Cookies merupakan sebuah home industri kue kering dan kue basah, namun pada awal mula berdirinya *Lia Cookies* ini melainkan hobi ibu yang suka memasak kue dan seiring berjalannya waktu kue tersebut ditanggapi secara positif agar lebih mudah mengenal maka dibuatlah nama *Lia Cookies*. *Lia cookies* sudah beroperasi sekitar 3 tahun namun pada akhir akhir ini sang owner cukup mengeluhkan banyaknya pesaing yang sejenis serta turunnya omzet penjualan. Tentunya permasalahan disini berpengaruh kepada penjualan pada *Lia Cookies*. Salah satu permasalahan yang terdeteksi yaitu pada kondisi promosi pemasaran pada pemasaran *Lia Cookies*. Promosi merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memasarkan produk ataupun jasa. Tidak hanya itu promosi juga hal yang sangat diutamakan di sebuah perusahaan atau bahan usaha. Tidak hanya itu promosi juga akan mempengaruhi bagaimana kondisi dari produk tersebut setelah di produksi dan di kirimkan kepada pasar pasar yang akan menyalurkan kepada para *end user*. *Lia cookies* merupakan usaha *home made industry* kue yang awal mulanya sekedar untuk hobi namun seiring berjalannya waktu dibentuklah nama *Lia Cookies* ini. Namun masalah yang dihadapi oleh *Lia Cookies* ini banyaknya pesaing sejenis yang lebih murah dan kurangnya promosi yang dilakukan tetapi *Lia Cookies* juga memiliki kendala untuk menjual produknya dan memperluas pasarnya karna dirasa banyaknya konsumen yang hanya itu itu saja.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu metode yang pertama menggunakan metode benchmarking, metode yang digunakan untuk menganalisis pesaing kelebihan dan kekurangan *Lia Cookies* dengan pesaing, seperti bagaimana logo nya, produk apa saja yang dijual, bagaimana bentuk packagingnya, seperti apa tampilan media sosialnya, bagaimana isi format pemesanannya. Lalu kemudian menggunakan metode SWOT, yaitu berguna untuk mengevaluasi tentang *strenghths, weakness, opportunity dan threat* dari *Lia Cookies*. Pada penelitian ini terdapat 100 responden yang didapat dari perhitungan slovin yang terkumpul untuk menganalisis bagaimana ATAR dari *Lia cookies*. Dalam menjalani penelitian ini bertujuan yaitu mengukur bagaimana pemahaman masyarakat terhadap sebuah sistem pemasaran *Lia Cookies* Lalu didapati dari analisis ATAR yaitu Untuk mengetahui suatu kelemahan permasalahan yang ada pada *Lia Cookies*. Pada analisis ATAR terdapat beberapa istilah yaitu *Awareness* digunakan untuk mengetahui apakah masyarakat menyadari atau tidak adanya *Lia Cookies*. istilah lain yaitu *Trial* setelah menyadari dengan adanya *Lia Cookies* apakah masyarakat ingin mencoba atau tidak. Setelah itu istilah lainnya yaitu *Availability*, apakah produk dari *Lia Cookies* mudah ditemukan atau tidak. Penelitian berlanjut pada analisis Marketing Mix yaitu suatu metode yang digunakan untuk menentukan strategi-strategi apa yang ingin dicapai berdasarkan analisis-analisis sebelumnya.

Maka dari itu dapat diusulkan untuk beberapa strategi yaitu *Lia Cookies* harus *rebranding* visual logo serta *packaging* agar dapat menarik perhatian dari *customer* karena kurangnya masyarakat dalam mengingat logo dari *Lia Cookies* sebesar 49 responden, *Lia Cookies* harus meningkatkan promosi dalam menggunakan media sosial karena masih ada 11 responden yang kurang mengetahui *Lia Cookies*. *Lia Cookies* harus membuat perencanaan penjualan secara *direct selling* karena beberapa responden masih kurang aware dengan adanya *Lia Cookies*. *Direct selling* yang dilakukan di beberapa event disurabaya contohnya bazar atau *car free day* dan event lainnya. *Lia Cookies* perlu membenahi tampilan *Instagram*. *Lia Cookies* harus membuat format pemesanan agar customer lebih mudah dalam melakukan transaksi penjualan *Lia Cookies*

Kata kunci : Benchmarking, SWOT, ATAR, Marketing Mix