

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1. Identifikasi Data

2.1.1. Nama Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa periklanan bernama Delta Ad kepanjangan dari PT. Delta Prisma Abadi.

2.1.2. Pengelola dan Lokasi

Pengelola : Bapak Sunarko Hadipranata

Perusahaan : PT. Delta Prisma Abadi

Alamat : Jl. Manyar Kartika VIII / 46 Surabaya

2.1.3. Potensi Perusahaan

Perusahaan Delta Ad memiliki jenis pelayanan jasa advertising diantaranya berupa layanan pembuatan billboard, neon box, neon sign, umbul-umbul, spanduk, baliho, *cutting stiker system computer*, *printing* melalui media koran, majalah dan radio, pembuatan brosur, sablon, jasa pengurusan pajak media promosi, dll.

2.1.4. Wilayah Pemasaran

Daerah atau wilayah pemasaran Delta Ad ada di Surabaya dan sekitarnya.

2.1.5. Pesaing

Pesaing Utama : Perusahaan *Advertising* yang ada di Surabaya.

Pesaing Sekunder : Perusahaan *Advertising* yang ada di Jakarta.

2.1.6. Karakteristik Konsumen

2.1.6.1. Faktor Demografis

Usia : Tingkat Dewasa

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Pekerjaan : Segala jenis pekerjaan

Penghasilan : Menengah ke atas

Pendidikan : Semua tingkat pendidikan

Status dalam keluarga : Tidak membatasi status apapun

2.1.6.2. Faktor Psikografis

Semua konsumen Delta Ad menganggap bahwa iklan itu sangat penting dan perlu dilaksanakan.

2.1.6.3. Faktor Geografis

Wilayahnya meliputi daerah pinggiran kota sampai ke tengah kota Surabaya.

2.2. Analisis Data

2.2.1 Tinjauan Teoritis Analitis

a. *Strength*

Delta Ad mempunyai beberapa kelebihan dan keunggulan yaitu dimana Delta Ad sudah dan sedang menangani proyek-proyek besar. Disamping itu mutu dan kualitas dari Delta Ad dapat dipercaya dan cocok dengan selera masyarakat.

b. *Weakness*

Delta Ad mempunyai kelemahan yaitu tidak mempunyai seorang Markom (Marketing Komunikasi). Maka dari itu Delta Ad kurang dan tidak dapat menangani proyek-proyek yang lebih besar lagi.

c. *Opportunity*

Peluang yang dimiliki Delta Ad sangat besar di dalam menjalankan jasa layanannya pada masyarakat luas. Hal itu dipengaruhi oleh hasil kerja yang tidak sembarangan dan tepat. Terbukti dari minat masyarakat yang masih menggunakan jasa Delta Ad sebagai mitra usaha.

d. *Threat*

Perusahaan Delta Ad mendapat ancaman dari Perusahaan Advertising lain yang menawarkan jasanya lebih murah di daerah pemasaran dan wilayah pelanggan Delta Ad. Sehingga terkadang klien pindah ke Advertising lain.

2.2.2. Kesimpulan Analisis Data

Delta Ad mempunyai beberapa kelebihan dan keunggulan diantaranya yaitu dikenal pernah dan sedang menangani proyek-proyek besar dengan hasil yang memuaskan. Disamping itu mutu dan kualitas dari Delta Ad dapat dipercaya dan cocok dengan selera masyarakat.

Delta Ad mempunyai kelemahan yaitu tidak mempunyai seorang Markom (Marketing Komunikasi) namun demikian Delta Ad masih memiliki peluang yang

sangat besar di dalam menjalankan jasa layanannya pada masyarakat luas. Hal itu dikarenakan masih banyak masyarakat yang membutuhkan jasa layanan periklanan yang baik dan dapat dilakukan oleh Delta Ad, dengan demikian Delta Ad dapat mengatasi ancaman dari Perusahaan Advertising lain yang menawarkan jasanya lebih murah di daerah pemasaran dan wilayah pelanggan Delta Ad.