

## 2. IDENTIFIKASI DATA DAN ANALISA

### 2.1. Identifikasi Data

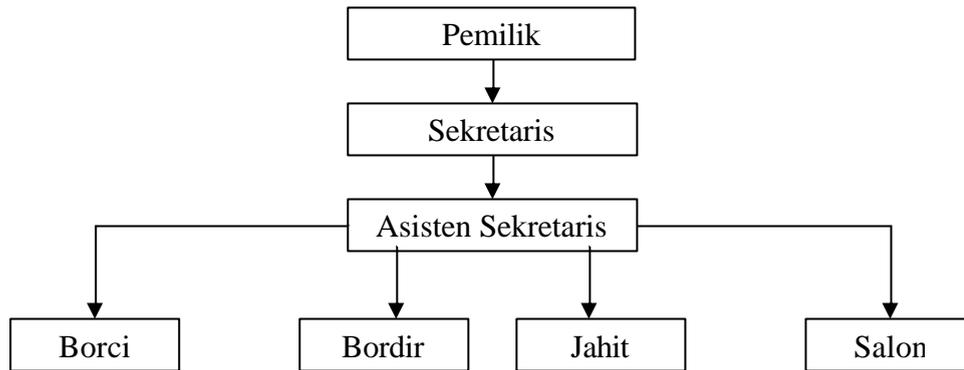
#### 2.1.1. Identitas Jasa

Salon Lea ini didirikan pertama kali di Surabaya pada tahun 2002. yaitu dengan membuka usaha salon dan perawatan kecantikan. Walaupun usahanya yang pertama di kota Surabaya ini tanpa memasang papan nama, namun konsumennya sudah mengenalnya sebagai Lea salon. Pada tahun 2004, usaha salonnya berkembang menjadi *wedding service*. Semenjak itu di Surabaya, usahanya terdaftar dengan nama *House of Lea*, kemudian ditambahkan *body copy* yang berbunyi *salon and wedding service*. Sesuai dengan nama yang dipilihnya, *House of Lea* menangani berbagai *event* khususnya pernikahan, yaitu dengan menawarkan paket-paket pernikahan. Sampai sekarang *House of Lea* masih tetap bertahan di tengah maraknya *wedding service-wedding service* lainnya yang sudah ada maupun yang baru.

#### 2.1.2. Pengelola dan Lokasi

Pemilik dan pengelola dari *House of Lea, Salon & Wedding service* yaitu Lea Indradi. *House of Lea* berlokasi di jalan Pakis Bukit Akasia N-17 Surabaya. Daerah perumahan Darmo Hill ini merupakan kawasan perumahan elit yang tenang dan asri, berada di Surabaya barat.

### 2.1.2.1. Struktur Organisasi *House of Lea Salon & Wedding Service*



### 2.1.2.2. Target Audience

*Target Audience* dari *House of Lea* adalah laki-laki dan perempuan berusia kurang lebih 17 sampai 55 tahun. Bertempat tinggal di kota besar maupun kecil, berpikiran maju dan terbuka.

### 2.1.2.3. Target Market

*Target Market* dari *House of Lea* yaitu laki-laki dan perempuan berusia kurang lebih antara 17 sampai 30 tahun. Bertempat tinggal di kota Surabaya dan sekitarnya. Mereka sebagian besar dari kalangan menengah ke atas, mengikuti budaya barat yang dalam melakukan tradisi pernikahan menggunakan gaun pengantin dan jas, dan juga ulang tahun ke 17 yang terkenal dengan sebutan “*Sweet Seventeen*”.

### 2.1.3. Potensi Jasa

Selain menawarkan paket pernikahan lengkap, *House of Lea* juga terkenal dengan *Beauty Salonnya*. *Beauty Salonnya* menawarkan trend anak muda jaman sekarang seperti keriting digital, iron, atau smoothing, creambath, coloring hair, make up pesta, ulang tahun, perawatan wajah dan tubuh seperti facial, mandi susu, mandi lulur, manicure, pedicure; potong blow, sanggul, dan lain sebagainya. Sedangkan *wedding servicenya* yaitu bridal menawarkan gaun pengantin dan kelengkapannya. Kelengkapan fasilitas yang dimiliki *House of Lea* untuk menunjang pernikahan seperti paket pernikahan lengkap, yaitu dengan

bekerjasama perusahaan-perusahaan pendukung pernikahan. Fasilitas atau sarana pendukung *House of Lea* meliputi :

a. Gaun Pengantin dan Kelengkapannya

*House of Lea* sangat memahami makna gaun pengantin bagi mempelai wanita, yaitu gaun yang hanya dipakai sekali dalam seumur hidup. Karena itu untuk memaksimalkannya, *House of Lea* merancang dan menjahit sendiri koleksi gaun pengantin-gaun pengantinnya. Dengan tenaga penjahit, ahli bordir, dan pemasang borci, *House of Lea* terus memproduksi gaun pengantin dengan berbagai model yang mengikuti trend atau mode.

*House of Lea* juga menjahit sleyer atau penutup kepala yang serasi dengan gaun pengantinnya, dengan tambahan bordir dan borci yang sesuai. Untuk Gaun pengantin yang lebih mewah, biasanya ditambahkan kristal-kristal Swarovski pada gaunnya agar terlihat lebih glamour. Koleksi sarung tangan yang dimilikinya, kebanyakan didapat dari luar negeri, sisanya dibeli di dalam negeri. Untuk mensterilkan gaun pengantin dengan pernak-pernik perhiasan yang dipakai maka *House of Lea* merangkai sendiri crown atau mahkota, kalung dan anting-anting mempelai dari kristal-kristal Swarovski yang berkualitas.

b. Jas Mempelai Pria dan Kelengkapannya

Sama halnya untuk jas mempelai pria, celana panjang, rompi, dan dasi yang dipakai, *House of Lea* juga merancang dan menjahit sendiri. Karena itu, pasangan yang mengambil paket pernikahan di *House of Lea* bisa memilih paduan gaun pengantin dan jas yang serasi.

c. Gaun Pengapit dan Gaun Pesta

Gaun Pengapit yang dijahit oleh *House of Lea* dirancang hampir sama modelnya dengan gaun pengantin, hanya saja lebih simple, tanpa ekor dan ornamennya lebih sedikit dibandingkan dengan gaun pengantin. Sedangkan untuk gaun pesta, bias lebih bervariasi warna dan modelnya, tidak hanya

warna putih dan putih tulang seperti warna *trademark* gaun pengantin dan juga gaun pengapit.

d. Kemampuan tata rias wajah dan rambut

Untuk tata rias wajah dan rambut, *House of Lea* menambah pengetahuan dengan mengikuti kursus-kursus di luar negeri seperti Asia, Eropa, Amerika. Calon mempelai wanita ditangani secara langsung oleh sang pemilik. Dengan kosmetik dan pernak pernik rambut yang berkualitas, *House of Lea* menyerasikan rias wajah dan rambut sesuai dengan bentuk dan karakter wajah calon mempelai wanita.

e. Bunga

Pernikahan erat kaitannya dengan bunga. Sejak jaman dahulu, bunga banyak dipakai sebagai ornamen mempelai wanita dan penghias suasana. Pernikahan jaman sekarang, yang mengikuti tradisi barat, menggunakan bunga yang dirangkai sebagai *handbouquet* atau bunga tangan mempelai wanita dan juga pengapit wanita. Untuk *handbouquet* mempelai wanita, *House of Lea* menyerahkan pada pihak dekorasinya yaitu *Eden Decoration* dengan menggunakan bunga-bunga segar seperti macam-macam bunga *rose* (*red rose*, *rose delia*, *rose ivy*, *rose curiosa*, *white rose* dan lain-lain), *lily*, daun *ivy*, daun *wollybush* dan lain sebagainya. Kemudian bunga-bunga tersebut dirangkai dan diberi pemanis seperti pita dan renda. Sedangkan untuk *handbouquet* pengapit wanita, menggunakan bunga sintesis dan tangkai-tangkai bunganya lebih pendek sehingga keseluruhan rangkaian terlihat lebih sederhana.

f. Dekorasi

Bunga juga digunakan untuk mempermanis dekorasi pelaminan, ruang resepsi pernikahan, kamar pengantin, dan mobil pengantin. Untuk menangani dekorasinya, *House of Lea* menyerahkan pada *Eden Decoration*. Calon mempelai tinggal memilih warna bunga yang akan diterapkan untuk dekorasi ruang resepsi pernikahan, dan kamar pengantin, dan diserasikan dengan dekorasi mobil pengantin dan *handbouquet* mempelai wanita.

## g. Souvenir

Untuk souvenir, *House of Lea* mempunyai hubungan kerja sama dengan pengusaha souvenir seperti Joel, Tupai dan lain-lain. Jadi calon mempelai tinggal memilih model souvenir yang paling disukai dari contoh-contoh yang disediakan atau jika ada ide yang lain dari calon mempelai maka *House of Lea* akan bekerja sama dengan pengusaha souvenir tersebut dan membuatnya sesuai dengan budget yang disepakati.

## h. Kartu Undangan

Untuk Pemesanan kartu undangan resepsi pernikahan, *House of Lea* bekerjasama dengan beberapa percetakan yang khusus menangani kartu undangan seperti *Total Graphic*, *Fanda Print*, *Elektra* dan lain-lain. Calon mempelai tinggal memilih percetakan yang bersangkutan dan mendatangi alamatnya, kemudian memilih model kartu undangan yang disukai sesuai dengan budget yang disepakati sebelumnya. Jika calon mempelai memilih kartu undangan diatas budget yang disediakan maka calon mempelai harus menambah biaya sesuai dengan harga kartu undangan yang telah ditetapkan oleh percetakan.

## i. Tempat Resepsi Pernikahan

Untuk menyelenggarakan resepsi pernikahan, calon mempelai bisa menentukan sendiri tempatnya, ataupun bisa memilih restoran, hotel, atau gedung yang masuk dalam jaringan kerjasama *House of Lea*. Berikut adalah daftar restoran, hotel, dan gedung di Surabaya yang akan ditawarkan *House of Lea* :

Restoran :	New Nan Yuan	Hotel :	Radisson Hotel
	Grand Ocean		Sheraton Hotel
	Nur Pasifik		Shangri-La Hotel
	Taman Sari Indah		Garden Palace Hotel
	Kowloon		Hyatt Hotel
	Forum		J.W Marriot
	Halim		Tunjungan Hotel

	Bima	Grand Park Hotel
	Handayani	Satelit Hotel
	R.M Jemur Sari	Majapahit Hotel
	Double Happiness	Equator Hotel
Gedung :	Gedung W.T.C	Hilton Hotel
	Balai Kartika	Imperiall Ballroom
	Gedung Wanita	

j. Foto

Untuk Mengabadikan momen yang penting dalam kehidupan konsumennya, maka *House of Lea* menawarkan foto studio ukuran 10 R dan foto postcard. Penawaran foto studio untuk mengabadikan mempelai pria dan wanitadengan pose-pose yang anggun, dan background yang menarik. Foto yang diambil tidak hanya mempelai berdua, tetapi juga keluarga kedua mempelai. Sedangkan foto postcard digunakan untuk mengabadikan acara demi acara dalam pesta resepsi pernikahan, dan juga untuk mengabadikan kedua mempelai dengan kedua belah keluarga dan sanak famili. Baik foto Postcard maupun foto studio dikemas dengan album yang menarik. Untuk foto studio, *House of Lea* bekerjasama dengan Mahkota Foto, *Vertex Digital Photograpy* dan lain-lain.

k. *Shooting Video*

untuk mengabadikan acara demi acara dalam resepsi pernikahan tidak hanya dengan foto-foto saja, tetapi juga di-shooting dengan video. Dikemas dalam bentuk VCD sehingga awet, dan bisa ditonton berkali-kali. Untuk *shooting video*, *House of Lea* bekerja sama dengan *Vertex Shooting Video* dan lain-lain.

l. *Dance Group* dan Pagar ayu

Untuk acara resepsi pernikahan, selain menjamu para undangan dengan makanan, juga menampilkan hiburan berupa tari-tarian seperti *Tabrets* dan *Cabaret*. Selain itu untuk mengantarkan para undangan mencari tempat duduk

atau mengatur tempat duduk para undangan dengan jatah meja yang disediakan, diperlukan jasa pagar ayu. Untuk pagar ayu, *House of Lea* bekerjasama dengan Monic dan Elison. Seperti halnya tempat resepsi, klien juga bisa menentukan sendiri *dance group* atau pagar ayu mana yang hendak disewa. *House of Lea* akan merundingkannya dengan pihak *dance group* atau pagar ayu tersebut.

m. Mobil

Lazimnya dalam tradisi pernikahan sekarang ini, mempelai pria menjemput mempelai wanita, dan pertama kalinya mempelai wanita dengan gaun pengantinnya. Karena itu mobil yang dipakai dihias dengan bunga-bunga, dan umumnya menggunakan mobil mewah. Untuk mobil pengantin, *House of Lea* mempunyai satu unit mobil Mercy, dan bisa disewa tanpa mengambil paket pernikahan di *House of Lea*.

n. Kelengkapan Tambahan

Kelengkapan tambahan disini seperti tempat angpao atau amplop, tempat souvenir, dan buku tamu disediakan oleh *House of Lea*. Untuk tempat angpao dan tempat souvenir, *House of Lea* menjahit dan menghias sendiri.

Paket yang tersedia meliputi :

Selain menawarkan paket pernikahan, *House of Lea* juga menawarkan berbagai macam paket seperti Paket Ulang Tahun dan paket Wisuda. Paket yang ditawarkan juga flexible, maksudnya, jika konsumen hanya ingin mengambil sebagian saja dari isi paket, atau menambah isi paket, bisa dirundingkan harganya. Berikut penjelasan lebih detail mengenai setiap paket :

a. Paket *Eksklusive*

Paket pernikahan lengkap adalah paket pernikahan terbaik yang dimiliki oleh *House of Lea*. Bedanya dengan paket standard terletak pada harga dan kualitas. Untuk pasangan yang mengambil paket *Eksklusive*, diberi

keleluasaan untuk memilih dari koleksi gaun pengantin *House of Lea* yang terbaru, belum pernah dipakai, atau jika masih belum menemukan yang cocok, *House of Lea* akan menjahit gaun pengantin yang baru sesuai dengan rancangan atau permintaan calon mempelai.

Paket *eksklusive*, lengkap, tetapi tanpa tempat resepsi seperti hotel, restoran, atau gedung sekitar 60 juta. Tentunya mengadakan resepsi di hotel akan lebih mahal daripada di restoran atau gedung. Sebagai contoh, jika mengadakan resepsi di restoran kelas Halim Restaurant dengan harga per meja 750.000 dan dengan jumlah meja yang sudah dipatok oleh *House of Lea* yaitu 40 meja, masing-masing berkapasitas 10 orang, maka harga paket menjadi sekitar Rp.90 jutaan.

b. Paket Standard

Paket standard adalah paket pernikahan dengan harga ekonomis. Pasangan yang mengambil paket ini, hanya diperbolehkan memilih dari koleksi gaun pengantin yang sudah ada. Tentu saja dengan pemilihan tempat resepsi pernikahan yang tidak terlalu mewah. Dan untuk kartu undangan, dekorasi dan souvenir, budgetnya sedikit lebih rendah dibandingkan paket *Eksklusive*. Sebenarnya tidak ada batasan yang jelas antara paket standard dan paket *eksklusive*. Tergantung dari keinginan klien akan budget harga yang diinginkannya.

c. Paket Ulang Tahun

Pada Ulang tahun yang ke 17, Remaja putri biasanya merayakannya dengan mengadakan pesta di restoran, hotel, atau gedung. Pada umur 17, seseorang remaja dianggap sudah beranjak dewasa sehingga patut dirayakan. Ini berkaitan juga dengan trend sekarang ini, Ulang tahun *sweet seventeen* yang dirayakan dengan meriah. Untuk paket ulang tahun, *House of Lea* menyediakan fasilitas berupa gaun pesta bebas memilih model, aksesoris yang serasi, tat arias wajah dan rambut, kartu undangan, souvenir, dekorasi panggung, foto, shooting video, tari-tarian atau hiburan lain, dan juga tempat

pesta. Untuk paket ulang tahun, harganya berkisar 50 jutaan, dan bisa disesuaikan dengan budget yang diinginkan klien.

d. Paket Wisuda

Untuk paket wisuda, fasilitas yang ditawarkan antara lain tata rias wajah dan sanggul, kebaya, kain batik, dan foto studio. Paket wisuda berkisar antara Rp.1 juta.

#### 2.1.4 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran utama *House of Lea* mencakup Surabaya dan sekitarnya seperti Mojokerto, Malang, Probolinggo, Jember. Umumnya konsumen *House of Lea* yang berasal dari luar kota kebanyakan adalah pasangan yang menyelenggarakan resepsi di pernikahannya di Surabaya. Selain itu ada pula remaja putri yang menyelenggarakan pesta ulang tahun di Surabaya dan hendak mengikuti acara wisuda. Untuk memudahkan persiapan acara maka konsumen dari luar kota tersebut memanfaatkan layanan jasa di Surabaya.

*House of Lea* juga melayani di berbagai kota lainnya, bahkan sampai di luar pulau seperti Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan lain sebagainya. Umumnya konsumen tersebut berasal dari Surabaya yang ingin menyelenggarakan resepsi pernikahannya di luar kota ataupun luar pulau dengan memanfaatkan layanan jasa *House of Lea*, dengan begitu pihak *House of Lea* akan datang untuk melayani di luar kota atau luar pulau yang ditentukan. Untuk memudahkan persiapan acara, maka konsumen dari Surabaya tersebut memanfaatkan layanan jasa *House of Lea* di luar kota ataupun luar pulau.

#### 2.1.5 Pesaing / Kompetitor

Di Surabaya ada begitu banyak tempat yang menyediakan jasa serupa, baik itu salon kecantikan, maupun *wedding service*. Karena tuntutan jaman, banyak salon-salon kecantikan yang berkembang dengan menyewakan gaun pengantin dan aksesorisnya, tata rias wajah dan rambut, maupun kebutuhan-kebutuhan calon pengantin yang lain.

Pesaing atau kompetitor utama yang dipilih adalah *Gunawan Salon & Wedding Service dan Ideal Salon and Wedding Service*. Keduanya dipilih menjadi pesaing atau kompetitor yang utama dari *House of Lea* Karena faktor-faktor berikut ini :

a. Dilihat dari segi jasa yang ditawarkan

Jasa yang ditawarkan selain beauty salon juga menawarkan berbagai macam paket seperti yang utama adalah paket pernikahan lengkap, juga ada paket ulang tahun, dan wisuda.

b. Dari segi wilayah pemasaran

Wilayah pemasaran ketiga wedding service ini melingkupi wilayah Surabaya sebagai daerah pemasaran yang paling utama. Dan wilayah sekitarnya yang dijangkau juga sama, yaitu Malang, Mojokerto, Sidoarjo.

c. Dari segi Target Audience

Gunawan Salon & Wedding service dan Ideal Salon & Wedding Service sama-sama membidik sebagian besar masyarakat kelas menengah dan menengah ke atas yang berpendidikan cukup tinggi dan mengenal gaya hidup modern atau menganut budaya barat. Target yang utama adalah mereka yang berada di kota besar seperti Surabaya. Berusia sekitar antara 17-30 tahun, pria maupun wanita.

d. Dari segi harga

Harga yang ditawarkan oleh ketiga wedding service tersebut tidak jauh berbeda. Untuk paket pernikahan lengkap, tanpa gedung atau hotel tempat resepsi pernikahan, gaun pengantin desain terbaru, undangan dan souvenir standart, harganya mulai dari Rp. 50 jutaan.

Berikut ini adalah data-data mengenai kedua kompetitor utama tersebut :

a. Identitas Jasa Kompetitor

*Gunawan Salon & Wedding Service*

Gunawan Salon didirikan pada tahun 1990. Pendidikan yang ditimba oleh Gunawan peroleh baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Setelah menjalani usaha sendiri, tidak puas dengan hasil yang dicapainya Gunawan meningkatkan kemampuannya dengan belajar di luar negeri. Sepulang dari

menimba ilmu di luar, Gunawan Salon semakin banyak memperoleh pelanggan baru dan lebih memperhatikan kepuasan pelanggan. sehingga dari situ pelanggan bertambah banyak. akhirnya Gunawan Salon memperluas jasa pelayanannya di bidang *wedding service*. Paket yang ditawarkan baik dari rias pengantin sampai penyediaan mobil pengantin. Gunawan salon sering mengikuti pameran-pameran *wedding*. Gunawan Salon ini mengikuti perkembangan model potongan rambut sehingga Gunawan akan mempelajari trend terbaru teknik-teknik baru *cutting* dan *make up*.

#### *Ideal Salon & Wedding Service*

Dibandingkan dengan *House of Lea* dan *Gunawan*, umur *Ideal* jauh lebih muda. Namun pengalamannya di bidang tata rias wajah dan rambut sudah bertahun-tahun. *Ideal* banyak mengikuti pameran-pameran pernikahan dan wedding expo seperti di Tunjungan Plaza. Seperti halnya *Gunawan* dan *House of Lea* pun awalnya berupa salon kecantikan, kemudian berkembang menjadi *bridal service*.

#### b. Lokasi

Gunawan Salon & Wedding Service : Jl. Sriwijaya 24 Surabaya.

*Ideal Salon & Wedding Service* : Jl. H.R. Mohammad 86 F Surabaya.

#### c. Potensi jasa

Sesuai dengan penawaran jasanya yang menyediakan paket pernikahan lengkap, Gunawan dan *Ideal* juga bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan pendukung pernikahan. Dan juga menyediakan beragam fasilitas yang mendukung. Berikut adalah fasilitas yang dimiliki Gunawan dan *Ideal* :

- Gaun Pengantin dan Kelengkapannya
- Jas Mempelai Pria dan Kelengkapannya
- Gaun Pengapit dan Gaun Pesta
- Bunga dan Dekorasi
- Kartu Undangan, Souvenir, Foto dan Shooting Video
- Tempat Resepsi Pernikahan

- Mobil
- Dance Group dan Pagar Ayu
- Kelengkapan Tambahan

#### Paket Yang Tersedia

Selain menawarkan paket pernikahan, Gunawan dan Ideal juga menawarkan paket Ulang Tahun, paket Wisuda. Paket yang ditawarkan juga flexibel, maksudnya jika konsumen ingin mengambil sebagian saja dari isi paket, atau menambah isi paket, bisa dirundingkan harganya.

#### 2.1.6 Karakteristik Konsumen

- a. Demografis : Mereka yang berusia antara 17-55 tahun. Tapi sasaran yang utama berusia kurang lebih antara 17-30 tahun yang berpotensi untuk menggunakan jasa *House of Lea*, baik laki-laki maupun perempuan. Mereka sebagian besar berasal dari kalangan menengah ke atas. Mempunyai pendidikan yang cukup tinggi, pernah atau sedang menyelesaikan SMP, SMU, D3, S1.
- b. Geografis : Yang bertempat tinggal di kota-kota besar yaitu Surabaya, ataupun kota disekitarnya.
- c. Behavioral : Berwawasan cukup luas dan menganut budaya barat.
- d. Psikografis : Merupakan orang-orang mengikuti perkembangan jaman dan menganut budaya barat.

## 2.2. Analisis Data

### 2.2.1 Tinjauan Teoritis Analisis

#### 2.2.1.1 SWOT

Analisa SWOT ini mencakup posisi perusahaan, jasa yang ditawarkan dan strategi promosi yang telah dilakukan sebelumnya. Analisa ini digunakan sebagai dasar penentuan USP (Unique Selling Proposition).

#### *Strength*

*House of Lea* memiliki beberapa kekuatan yaitu :

- a. Beraneka ragamnya jenis gaun pengantin dan kelengkapannya yang dimiliki oleh *House of Lea*. Hal ini tentunya memudahkan klien untuk memilih gaun pengantin yang diinginkan sesuai dengan selera pribadi.
- b. Menyediakan beragam fasilitas seperti paket lengkap, yang terutama paket pernikahan dengan banyak pilihan harga, sehingga klien dapat menyesuaikan dengan budget yang mereka miliki.
- c. Selain menyediakan jasa pernikahan, *House of Lea* juga menyediakan *beauty salon* yang dibuka untuk umum.
- d. *Make up* pengantin yang dimiliki oleh *House of Lea* itu sendiri, yaitu rias wajah yang ditangani langsung oleh pemilik, dengan kosmetik dan pernak pernik yang berkualitas. *House of Lea* mampu menyetarakan rias wajah dan rambut sesuai dengan bentuk wajah dan rambut sesuai dengan bentuk karakter wajah calon mempelai wanita.

#### *Weakness*

Kelemahan yang ada pada *House of Lea* adalah posisi *House of Lea* sebagai pemain baru di bidang *wedding service* di Surabaya. Sehingga belum terlalu dikenal oleh masyarakat. Hal inilah yang menyebabkan tersendatnya proses pemasaran jasa *House of Lea* di Surabaya. Hal ini juga dipengaruhi oleh adanya beberapa *wedding service* yang telah memiliki nama besar dan sangat dikenal di Surabaya, mereka otomatis menjadi pemimpin pasar di kota Surabaya dan sekitarnya.

#### *Opportunity*

Beberapa kesempatan yang dapat diraih oleh *House of Lea* :

- a. Pola pikir moderen dan terbuka yang dimiliki oleh mayoritas masyarakat Surabaya dewasa ini sangat sesuai dengan *target audience* yang diusung oleh *House of Lea*. Sehingga *House of Lea* dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat Surabaya.
- b. Dengan melakukan proses promosi yang benar dan efektif, *House of Lea* berpeluang untuk meraikkan jumlah penjualan. Walaupun hal ini mungkin tidak dapat dicapai dalam waktu dekat, namun bila promosi dilakukan secara

konsisten dan berkala maka dalam jangka waktu tertentu *House of Lea* diharapkan dapat mencapai peluang untuk mendongkrak jumlah penjualan. Namun peluang ini sangat mungkin diraih karena walaupun proses promosi yang dimiliki *House of Lea* belum dilakukan dengan benar dan efektif, namun *House of Lea* telah dapat meraih banyak konsumen bahkan diantaranya menjadi konsumen yang loyal terhadap *House of Lea*.

### *Threats*

Beberapa ancaman yang mungkin akan dihadapi oleh *House of Lea* adalah persaingan dengan kompetitor yaitu sesama *wedding service* yang berada di Surabaya. Baik *wedding service* senior yang telah berdiri jauh lebih dahulu, maupun sesama *wedding service* baru yang memiliki klasifikasi dan jasa yang hampir sama dengan yang ditawarkan oleh *House of Lea*.

#### 2.2.1.2 USP (Unique Selling Proposition)

USP lebih mengacu pada jasa yang ditawarkan bukan pada persepsi konsumen, jasa yang ditawarkan oleh produsen dalam hal ini adalah *wedding service*. Karakteristik jasa yang ditawarkan ditonjolkan namun belum melihat karakteristik konsumennya.

Menurut analisa data yang didapatkan dari hasil wawancara dapat diambil kesimpulan bahwa USP yang dimiliki oleh *House of Lea* antara lain adalah :

- a. *House of Lea* mampu mewujudkan keinginan klien dalam menjahit gaun pengantin baru sesuai dengan rancangan dan permintaan calon mempelai.
- b. *House of Lea* mampu menjangkau kota-kota lain di Indonesia, yaitu dengan melayani *make up* pengantin dan *bridal* di luar kota maupun luar pulau. Hal ini biasanya tidak dimiliki oleh *wedding service-wedding service* lainnya karena mereka cenderung mengkhususkan diri di Surabaya dan sekitarnya saja.

### 2.2.1.3 Positioning

Proses positioning adalah proses menempatkan produk yang ditawarkan di benak calon konsumen. Untuk itu diperlukan image produk yang kuat untuk ditonjolkan sehingga dapat selalu diingat oleh konsumen.

Image yang ingin ditampilkan oleh *House of Lea* dalam benak konsumen adalah sebagai *wedding service* dengan fasilitas dan pelayanan terbaik yang siap melayani keinginan konsumen serta mengikuti perkembangan jaman.

### 2.2.1.4 Kesimpulan Analisa Data Perusahaan

Kesimpulan dari analisis SWOT dan USP yaitu memanfaatkan potensi dan kelebihan yang dimiliki *House of Lea*, maka bisa menciptakan promosi melalui media lini atas maupun media lini bawah. Dari analisa data perusahaan di atas dapat disimpulkan bahwa potensi dan kelebihan *House of Lea* adalah sebagai *wedding service* dengan fasilitas berupa beragam paket lengkap, yang terutama paket pernikahan dan pelayanan terbaik yang siap melayani keinginan konsumen serta mengikuti perkembangan jaman.

Tujuan utama *House of Lea* adalah untuk mencari dan menambah jumlah konsumen kemudian mempertahankannya. Untuk itu sangat diperlukan perancangan kegiatan promosi yang efektif, menarik minat konsumen, dan memberikan informasi yang jelas.

### 3. KONSEP DESAIN

#### 3.1. Sintesis

##### 3.1.1. Tujuan dan Strategi Pemasaran

###### 3.1.1.1 Tujuan Pemasaran

Pada *House of Lea* kegiatan pemasaran bertujuan mencari dan menambah jumlah konsumen, dapat mempertahankan konsumen yang telah dimiliki dengan terus mengingatkan adanya *House of Lea*, serta menjaga loyalitas konsumen terhadap *House of Lea* dengan meningkatkan terus kualitas pelayanan maupun trend gaun pengantin sesuai dengan keinginan konsumen. Diharapkan dengan adanya pemasaran *House of Lea* nantinya dapat menempati kedudukan tertinggi dalam benak konsumen (*Top of Mind Awareness*), supaya nama *House of Lea* dapat diingat dengan mudah oleh *target audiencenya*. *Top of Mind Awareness* merupakan ukuran kesadaran paling tinggi berdasarkan ingatan, secara relatif bersifat spontan.

###### 3.1.1.2 Strategi Pemasaran

Agar tujuan pemasaran dapat tercapai diperlukan adanya strategi pemasaran. Strategi pemasaran *House of Lea* adalah dengan melakukan promosi secara rutin dan konsisten sejak tahun 2004 sampai sekarang dan seterusnya. Agar dapat meraih klien dan membuat mereka terus mengingat citra positif dari *House of Lea*.

Selain itu juga dilakukan promosi dengan mengangkat kelebihan atau karakteristik dari *House of Lea* sehingga konsumen tertarik, mengingat dan bersedia menggunakan jasa *wedding service* yang diberikan.

##### 3.1.2 Tujuan dan Strategi Periklanan

###### 3.1.2.1 Tujuan Periklanan

Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Seperti yang

dikatakan oleh Frank Jefkins : *advertising aims to persuade people to buy*<sup>2</sup>. Sebagai penggerak strategi pemasaran tidak hanya mengandalkan promosi, namun juga mengandalkan dalam hal ini jasa atau layanan yang diberikan, harga dan jalur distribusi.

Iklan merupakan investasi yang menguntungkan. Mungkin tidak langsung berdampak pada laba, namun karena sifatnya yang harus diulang-ulang agar tidak terjadi “putus hubungan” dengan pasar potensial, maka iklan lebih bersifat investasi yang ditanamkan pada benak konsumen.

Promosi / periklanan *House of Lea* dilakukan untuk menginformasikan keberadaan *House of Lea*, mengingatkan dan membujuk target audience menggunakan jasa yang ditawarkan dan meningkatkan citra perusahaan agar semakin diingat dan dipercaya. Kegiatan periklanan ini juga bertujuan menciptakan *brand image House of Lea* dalam benak target audience sehingga mereka memiliki gambaran mengenai *House of Lea* sebagai *wedding service* dengan fasilitas dan pelayanan terbaik yang siap melayani keinginan konsumen dan selalu menciptakan rancangan dan karya yang mengikuti perkembangan jaman.

### 3.1.2.2 Strategi Periklanan

Strategi periklanan *House of Lea* berisi pesan pokok yang hendak diangkat yaitu memperkenalkan kepada khalayak tentang adanya *wedding service* di Surabaya bernama *House of Lea*, dengan menawarkan fasilitas beragam paket lengkap, yang terutama adalah paket pernikahan dan pelayanan terbaik yang siap melayani keinginan konsumen.

Dengan menggunakan sarana-sarana periklanan yang efektif untuk mencapai tujuan komunikasi periklanan baik melalui media lini atas maupun media lini bawah. Dan juga menyampaikan informasi akan keberadaan *wedding service House of Lea*.

### 3.1.3 Tujuan Kreatif

---

<sup>2</sup> Frank F. Jefkins, introduction To Marketing, Advertising And Public Relation (London :

Dalam perancangan iklan *House of Lea* ini, ingin ditampilkan suasana yang romantis dan elegan sehingga bisa menarik khalayak sasaran khususnya dari sarana promosi yang ada.

Iklan yang dibuat ingin menyampaikan informasi tentang adanya *wedding service House of Lea* dengan fasilitas dan pelayanan terbaik yang siap melayani keinginan konsumen. Dengan adanya iklan tersebut akan lebih memasyarakatkan dan menjadikannya perusahaan yang dikenal luas sehingga diharapkan bisa memiliki *brand awareness* yang cukup tinggi di kalangan konsumen.

### **3.2. Strategi Perancangan**

#### 3.2.1. Tema Desain

Tema pokok yang hendak diangkat dalam pembuatan karya desain adalah desain yang menunjukkan bahwa *House of Lea* merupakan pilihan yang tepat sebagai wedding service dengan fasilitas dan pelayanan terbaik, yang siap melayani keinginan konsumen.

#### 3.2.2. Pesan Verbal dan Visual

##### 3.2.2.1. Pesan Verbal

Bentuk pesan yang ingin disampaikan yaitu melalui body copy dengan menginformasikan keunggulan wedding service, yaitu fasilitas berupa paket-paket pernikahan dan pelayanan terbaik yang ditujukan kepada seluruh masyarakat. Semua itu ditampilkan sebagai usaha untuk menonjolkan citra *House of Lea* sebagai wedding service dengan beragam fasilitas dan pelayanan terbaik yang siap melayani keinginan konsumen. Dalam perancangan desain grafis ini tipografi yang digunakan berkesan simple dan elegan

##### 3.1.2.2. Pesan Visual

Pesan yang ditampilkan dengan menampilkan visualisasi berupa foto model pengantin dengan berbagai macam pose dan jenis gaun pengantin, Serta beberapa gambaran mengenai fasilitas yang diberikan oleh *House of Lea*. Didukung dengan ikon “rose” sebagai ciri khas dari *House of Lea*.

### 3.3.3. Gaya Tampilan

Gaya tampilan pada karya desain ini bersifat romantis dan elegan. Hal ini disesuaikan dengan keadaan target audience yang kebanyakan berasal dari kalangan menengah ke atas, yang menyukai sesuatu yang sederhana dan anggun. Tujuan dari tampilan ini untuk memberikan gambaran kepada masyarakat tentang *House of Lea* sekaligus menanamkan citra sebagai *wedding service* dengan pelayanan dan fasilitas terbaik, yang siap melayani keinginan konsumen.