

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA ZAHARA TATA RIAS PENGANTIN DAN DEKORASI PELAMINAN DI ERA DIGITAL

Silvi Melvyana¹, Teguh Daniel Ezra Siahaan², Wahyu Tri Atmojo³

^{1,2,3}Universitas Negeri Medan

[¹, melvyanasilvi@gmail.com](mailto:melvyanasilvi@gmail.com), [², mahardikaa.art@gmail.com](mailto:mahardikaa.art@gmail.com), [³, wahyutriatmojo@unimed.ac.id](mailto:wahyutriatmojo@unimed.ac.id)

ABSTRACT; *The aisle is a special area that is decorated or decorated to be the seat for the bride and groom during the wedding reception. This can also be called a "throne" for the bride and groom, that way all the guests' attention will be focused on them. Bridal wedding and make-up services are two important components in a wedding whose function is to create a beautiful and impressive atmosphere for the bridal couple and also invited guests. This research aims to analyze the marketing strategies implemented by Zahara Bridal Makeup and Wedding Decorations in facing existing challenges, especially in this digital era. With the increasing demand for make-up and decoration services, it is important for these businesses to develop effective marketing strategies. The results of this research show that Miss Zahara always provides quality services and attractive design innovations as well as many great opportunities that arise from using social media as an effective marketing platform. However, its weaknesses lie in existing challenges such as competitiveness and consumer demand which does not match prices. It is hoped that this research can contribute to the development of marketing strategies in the wedding services industry in Indonesia.*

Keywords: *Aisle, Bridal Make Up Services, Marketing Strategy, Social Media, Marketing Challenges.*

ABSTRAK; Pelaminan merupakan area khusus yang didekorasi atau dihiasi untuk menjadi tempat duduk pengantin pada saat resepsi pernikahan. Hal ini dapat disebut juga sebagai “singgasana” bagi kedua mempelai, dengan begitu seluruh perhatian tamu akan tertuju kepada mereka. Jasa pelaminan dan tata rias pengantin ini merupakan dua komponen penting dalam pernikahan yang fungsinya untuk menciptakan suasana indah dan mengesankan bagi pasangan pengantin dan juga tamu undangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Zahara Tata Rias Pengantin dan Dekorasi Pelaminan dalam menghadapi tantangan yang ada, apalagi pada era digital ini. Dengan meningkatnya permintaan akan jasa tata rias dan dekorasi, penting bagi usaha ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ibu Zahara selalu memberikan layanan kualitas dan inovasi desain yang menarik serta banyak peluang besar yang muncul dari penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran yang efektif. Namun, kelemahannya terdapat pada tantangan-tantangan yang ada seperti daya

saing dan juga permintaan konsumen yang tidak sesuai dengan harga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran dalam industri jasa pernikahan di Indonesia.

Kata Kunci: Pelaminan, Jasa Tata Rias Pengantin, Strategi Pemasaran, Media Sosial, Tantangan Pemasaran.

PENDAHULUAN

Pada era digital yang terus berkembang saat ini, strategi pemasaran menjadi salah satu aspek krusial bagi keberlangsungan usaha, termasuk dalam bidang pernikahan. Transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha berinteraksi dengan pelanggan, memasarkan produk, dan membangun merek. Zahara Tata Rias, sebagai salah satu usaha di bidang ini, dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam mencari dan memilih layanan.

Pemasaran digital menawarkan berbagai alat dan teknik yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas usaha, menarik perhatian calon pelanggan, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Dalam hal ini, penggunaan media sosial, website, dan aplikasi mobile menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui pendekatan yang tepat, Zahara Tata Rias dapat memanfaatkan kekuatan digital untuk memperkuat posisi di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Zahara Tata Rias dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efektivitas pemasaran serta memberikan wawasan tentang praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh usaha serupa dalam industri ini.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Penelitian ini dilakukan di tempat usaha Zahara Tata Rias Pengantin yang beralamat di Jln Pkl.Susu, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara Kode Pos 20857. Wawancara dilakukan dengan Ibu Zahara sendiri selaku pemilik usaha Dekorasi Pelaminan dan make up pengantin tersebut.

untuk mendapatkan pandangan mengenai strategi pemasaran serta tantangan yang dihadapi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memahami bagaimana pemilik usaha ini menyesuaikan diri dengan perubahan digital yang terus menerus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa poin penting terkait strategi pemasaran Zahara Tata Rias Pengantin dan Dekorasi Pelaminan.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ibu zahara yaitu:

- melalui media sosial, dengan menciptakan konten yang menarik, informatif, dan berkualitas tinggi. Hal ini dapat menarik konsumen secara luas, karena biasanya konten visual seperti gambar dan video sering kali lebih menarik perhatian dibandingkan teks biasa.
- Mengikuti perkembangan zaman di era digital ini, seperti menyesuaikan bentuk pelaminan di masa kini. Misalnya, di masa lalu pelaminan dengan ukiran gebyok menjadi tren, sementara saat ini pelaminan dengan nuansa kaca, bambu runcing, dan pilar semakin populer.
- Menyiapkan gaun terbaru dan juga aksesorisnya. Tetapi meskipun tidak selalu mengikuti tren terbaru, ibu Zahara sangat memperhatikan kebersihan gaun, aksesoris, dan bunga untuk dekorasi pelaminan. Ia rutin mencuci dan merawat semua perlengkapan tersebut agar tetap bersih dan terhindar dari kotoran.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa pelaminan bukan hanya sekadar tempat bersemayam bagi pengantin, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya yang terus berkembang. Dengan memadukan unsur tradisional dan modern, Ibu Zahara berupaya menciptakan suasana yang tidak hanya estetis tetapi juga kaya akan makna. Pelaminan yang dirancang dengan baik dapat memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi para tamu dan menciptakan kenangan indah bagi pasangan pengantin. Oleh karena itu, perhatian terhadap detail seperti pemilihan bahan, desain yang inovatif, serta perawatan yang baik menjadi kunci dalam menciptakan pelaminan yang sempurna di era modern ini.

2. Efektivitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Ibu Zahara media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam dunia bisnis modern, termasuk dalam bidang dekorasi pelaminan seperti yang dilakukan olehnya. Platform seperti Facebook dan Instagram menawarkan berbagai fitur yang mendukung kegiatan promosi, seperti unggahan foto dan video berkualitas tinggi, fitur cerita (stories), serta siaran langsung (livestreaming). Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, Ibu Zahara dapat menampilkan portofolio dekorasi pelaminannya kepada calon pelanggan secara visual dan menarik.

Keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis. Dalam kasus Ibu Zahara, ia tidak hanya melayani pelanggan lokal di sekitar pangkalan susu tetapi juga mampu menarik minat dari daerah lain melalui konten yang dipublikasikan secara online. Selain itu, media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang efektif di mana pelanggan dapat memberikan umpan balik atau mengajukan pertanyaan melalui komentar atau pesan langsung. Penggunaan media sosial juga menghemat waktu dan biaya karena interaksi tidak memerlukan pertemuan fisik. Hal ini sangat berguna dalam situasi tertentu ketika salah satu pihak memiliki keterbatasan waktu atau akses untuk bertemu secara langsung. Dengan demikian, media sosial menjadi alat strategi dalam membangun hubungan dengan pelanggan sekaligus mempromosikan produk atau jasa secara efisien.

3. Kontribusi dengan Vendor Lain

Berkontribusi dengan vendor lain merupakan hal yang sangat penting. Menurut Ibu Zahara, kolaborasi dengan vendor lain adalah suatu keharusan karena adanya ketergantungan dalam pekerjaan. Misalnya, seorang pengusaha pelaminan dan tata rias seperti Ibu Zahara pasti memerlukan jasa dari vendor lain, seperti Teratak, fotografer, dan layanan lainnya. Oleh karena itu, berkontribusi dengan vendor lain dianggap penting oleh Ibu Zahara, karena mereka saling membutuhkan satu sama lain.

Kolaborasi antara berbagai vendor dalam industri pernikahan sangat krusial untuk memastikan kelancaran acara. Setiap vendor memiliki spesialisasi masing-masing yang saling melengkapi. Misalnya, seorang penyedia jasa pelaminan tidak hanya bertanggung jawab atas dekorasi tetapi juga perlu bekerja sama dengan fotografer untuk memastikan

bahwa momen-momen penting dapat diabadikan dengan baik. Selain itu, vendor catering juga perlu berkoordinasi dengan penyedia layanan lainnya untuk menyajikan hidangan yang sesuai dengan tema dan waktu acara.

Ketergantungan ini menciptakan jaringan profesional yang kuat di mana setiap pihak dapat saling mendukung dan memperkuat satu sama lain. Ketika satu bantuan vendor mengalami kendala, vendor lain dapat memberikan atau solusi yang diperlukan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan yang diberikan tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pasangan pengantin dan tamu undangan.

Dalam konteks ini, penting bagi para pengusaha di bidang pernikahan untuk membangun hubungan yang baik dengan berbagai vendor. Melalui komunikasi yang efektif dan kerja sama yang erat, mereka dapat menciptakan acara pernikahan yang tidak hanya indah tetapi juga berjalan lancar tanpa hambatan. Dengan demikian, kolaborasi antar vendor bukan sekedar kebutuhan, namun merupakan bagian integral dari kesuksesan sebuah pernikahan.

4. Penawaran Khusus dan Diskon

Dengan adanya penawaran khusus dan juga diskon, calon pengantin tersebut pasti sangat senang terutama dengan diskon yang diberikan oleh ibu Zahara. Diskon ini tidak hanya berupa pengurangan biaya, tetapi juga mencakup pemasangan henna secara gratis. Dengan demikian, calon pengantin wanita tidak perlu lagi repot-repot mencari pengukir henna.

5. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Klien

- **Kualitas Layanan dan Portofolio**

Salah satu faktor utama adalah kualitas layanan yang ditawarkan. Ibu Zahara menekankan bahwa pengalaman sebelumnya yang tercermin dalam portofolio sangat mempengaruhi pilihan calon pengantin. Calon pengantin cenderung memilih vendor yang memiliki rekam jejak baik dan dapat menunjukkan hasil riasan yang memuaskan melalui portofolio mereka.

- Inovasi dan Perkembangan Zaman

Selain itu, penting bagi Ibu Zahara untuk mengikuti perkembangan tren dalam tata rias, pelaminan, dan gaun pengantin. Calon pengantin saat ini lebih memperhatikan inovasi dan teknik terbaru dalam tata rias. Oleh karena itu, Ibu Zahara harus terus beradaptasi dengan perubahan zaman untuk memenuhi ekspektasi calon pengantin yang ingin tampil modern dan elegan pada hari istimewa mereka.

6. Cara Membangun Hubungan Jangka Panjang dengan Klien

Hal ini dapat dilakukan dengan cara menjaga sikap untuk selalu positif dan melakukan komunikasi yang berkelanjutan. Menurut Ibu Zahara hal ini merupakan kunci utama dalam menciptakan hubungan yang langgeng. Sikap yang baik dan profesional selama dan setelah acara sangatlah penting. Klien akan lebih cenderung kembali jika mereka merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi Ibu Zahara untuk selalu menunjukkan penghematan dan kesopanan, baik dalam interaksi langsung maupun melalui komunikasi digital.

Lalu setelah acara selesai, menjaga komunikasi dengan klien dapat membantu memperkuat hubungan. Ibu Zahara bisa mengirimkan pesan ucapan terima kasih atau menanyakan pengalaman klien selama acara. Hal ini tidak hanya menunjukkan perhatian, tetapi juga membuka peluang untuk mendapatkan umpan balik yang konstruktif.

Seringkali, klien yang telah menggunakan jasa tata rias untuk pernikahan mereka mungkin memiliki kebutuhan lain, seperti acara keluarga atau perayaan lainnya. Dengan menawarkan layanan tambahan, Ibu Zahara dapat tetap relevan dalam pikiran klien dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut.

Membangun hubungan yang baik dengan klien dapat menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Klien yang puas cenderung merekomendasikan jasa Ibu Zahara kepada teman atau kerabat mereka, sehingga memperluas jaringan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pengalaman yang memuaskan agar klien merasa bangga merekomendasikan jasa tersebut.

7. Tantangan

Bu Zahara menghadapi beberapa tantangan dalam menjalankan bisnis salon kecantikan dan tata rias pengantin. Pertama, klien sering meminta harga yang murah namun dengan kualitas terbaik. Menurut Bu Zahara, banyak klien yang tidak memahami bahwa kualitas dan harga saling berkaitan; mereka tidak bisa mengharapkan produk atau layanan berkualitas tinggi dengan harga yang sangat rendah. Jika harga yang ditetapkan sudah sesuai, maka itu adalah jumlah yang harus dibayar, dan tidak mungkin memberikan harga tinggi tanpa kualitas yang sepadan, karena hal ini akan menyebabkan kekecewaan pada klien.

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi Bu Zahara adalah persaingan yang semakin ketat dalam industri ini. Ia memulai karir pada tahun 2005 dengan membuka salon kecantikan di rumah, berbekal ilmu dari pelatihan SKB (Sanggar Kegiatan Belajar) di Kota Pangkalan Berandan. Dari sana, ia memperluas usahanya ke bidang permainan dan tata rias pengantin. Meskipun pada awalnya pendapatannya cukup baik, perkembangan zaman dan meningkatnya jumlah pelaku usaha di bidang tata rias dan pelaminan membuatnya harus berinovasi.

Untuk membedakan dirinya dari pesaing, Bu Zahara berusaha memberikan layanan berkualitas tinggi dan menawarkan keunikan dalam setiap layanan, seperti desain pelaminan yang tidak monoton serta pilihan makeup tradisional maupun modern. Hal ini penting untuk menarik perhatian klien dan menjaga kepuasan mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan strategi yang kompleks dalam mengikuti perkembangan pasar di era digital ini. Beberapa poin utama yang dapat dibahas yaitu:

1. Strategi Pemasaran

Zahara Tata Rias Pengantin menerapkan strategi pemasaran yang inovatif untuk menarik perhatian calon pelanggan. Salah satu pendekatan utamanya adalah memanfaatkan media sosial. Dengan menciptakan konten yang menarik, informatif, dan berkualitas tinggi, ia berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, mengingat konten visual seperti gambar dan video lebih efektif dalam menarik perhatian dibandingkan teks biasa.

Selain itu, ia juga menyesuaikan desain pelaminan dengan tren terkini. Misalnya, pergeseran dari pelaminan tradisional dengan ukiran gebyok ke desain modern yang lebih minimalis dan elegan dengan elemen kaca dan pilar. Penekanan pada kebersihan gaun dan aksesoris juga menjadi bagian penting dari strateginya, di mana ia rutin merawat semua perlengkapan untuk memastikan kualitas layanan yang tinggi.

2. Efektivitas Penggunaan Media Sosial

Media sosial telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan bisnis Zahara Tata Rias tersebut. Platform seperti Facebook dan Instagram memungkinkan dia untuk menampilkan portofolio dekorasi pelaminan secara visual dan menarik. Fitur-fitur seperti unggahan foto berkualitas tinggi dan siaran langsung memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan.

Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis. Ibu Zahara tidak hanya melayani pelanggan lokal tetapi juga mampu menarik minat dari daerah lain melalui konten online yang dipublikasikan. Ini juga menciptakan peluang komunikasi dua arah yang efektif antara dia dan pelanggan, mempercepat interaksi dan menghemat waktu serta biaya.

3. Kontribusi dengan Sesama Vendor Lainnya

Kolaborasi dengan vendor lain menjadi aspek penting dalam bisnis Zahara Tata Rias Pengantin. Ia menyadari bahwa ketergantungan pada vendor lain seperti fotografer dan penyedia tenda atau sering disebut dengan teratak adalah hal yang tak terhindarkan dalam industri pernikahan. Kerja sama ini memastikan kelancaran acara, di mana setiap vendor memiliki spesialisasi masing-masing yang saling melengkapi.

Jaringan profesional yang kuat di antara vendor tidak hanya meningkatkan kualitas layanan tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pasangan pengantin dan tamu undangan. Komunikasi yang efektif antar vendor sangat penting untuk menciptakan acara pernikahan yang indah dan berjalan lancar.

4. Menarik Perhatian Klien dengan Diskon

Dengan penawaran khusus dan diskon kepada calon pengantin, termasuk pengurangan biaya serta pemasangan henna gratis. Strategi ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memberikan nilai tambah bagi layanan yang ditawarkan, membuat calon pengantin merasa lebih dihargai.

5. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Klien

Kualitas layanan dan portofolio merupakan faktor utama dalam keputusan klien. Calon pengantin cenderung memilih vendor dengan rekam jejak baik yang dapat menunjukkan hasil riasan memuaskan melalui portofolio mereka. Selain itu, inovasi dalam tata rias dan pelaminan menjadi perhatian utama, di mana Ibu Zahara harus terus mengikuti perkembangan tren untuk memenuhi ekspektasi klien.

6. Menjaga Silaturahmi dengan Klien

Zahara Tata Rias Pengantin menekankan pentingnya menjaga sikap positif dan komunikasi berkelanjutan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan klien. Sikap profesional selama dan setelah acara sangat penting agar klien merasa dihargai. Mengirim pesan ucapan terima kasih setelah acara juga dapat memperkuat hubungan serta membuka peluang untuk umpan balik konstruktif.

7. Tantangan yang Dihadapi

Tantangan utama yang dihadapi Zahara Tata Rias Pengantin dan Dekorasi Pelaminan ini adalah permintaan klien akan harga murah namun dengan kualitas terbaik. Banyak klien tidak memahami bahwa kualitas layanan berbanding lurus dengan harga. Selain itu, persaingan di industri tata rias semakin ketat, memaksa Zahara Tata Rias untuk berinovasi agar tetap relevan di pasar.

Untuk membedakan diri dari pesaing, ia berusaha memberikan layanan berkualitas tinggi serta menawarkan keunikan dalam setiap layanan, seperti desain pelaminan yang inovatif dan pilihan makeup tradisional maupun modern.

Dengan pendekatan ini, ia mampu menciptakan pengalaman pernikahan yang tidak hanya estetik tetapi juga kaya akan makna, menjadikannya sebagai salah satu penyedia jasa dekorasi pelaminan yang diperhitungkan di era modern ini.

KESIMPULAN

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, memanfaatkan media sosial secara efektif, dan mengintegrasikan pendekatan kreatif dalam setiap aspek layanan, Zahara Tata Rias Pengantin dan Dekorasi Pelaminan berhasil membangun kehadiran yang kuat di pasar jasa pernikahan di era digital. Pemanfaatan platform seperti Instagram dan Facebook untuk menampilkan portofolio visual yang menarik, ditambah dengan interaksi langsung melalui fitur siaran langsung, telah memungkinkan Ibu Zahara menjangkau audiens yang lebih luas, melampaui batas geografis. Selain itu, kolaborasi strategis dengan vendor-vendor lain seperti fotografer, penyedia catering, dan penyelenggara acara tidak hanya meningkatkan kualitas keseluruhan layanan tetapi juga menciptakan pengalaman pernikahan yang harmonis bagi pasangan pengantin. Penawaran khusus seperti diskon dan layanan tambahan gratis, serta fokus pada inovasi desain pelaminan dan tata rias yang mengikuti tren terkini, semakin memperkuat daya tarik bisnis ini di tengah persaingan industri yang ketat. Meskipun menghadapi tantangan seperti permintaan harga murah dengan kualitas tinggi dan kompetisi pasar yang semakin intensif, Ibu Zahara tetap berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik dengan mengedepankan nilai estetika, profesionalisme, dan kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan yang adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar serta kemampuan menjaga hubungan baik dengan klien melalui komunikasi berkelanjutan, Zahara Tata Rias Pengantin dan Dekorasi Pelaminan menunjukkan potensi besar untuk terus berkembang sebagai salah satu penyedia jasa pernikahan terkemuka di era modern ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, A. H. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Instagram Wedding Organizer. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 188-192.
- Alhusna, V. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online terhadap Jasa Wedding Organizer.
- Indriati, K. W., & Yudhistira, N. (2022). Strategi Marketing Kusuma Kencana dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Wedding Organizer Melalui Sosial Media TikTok. *Nivedana*, 3(1).
- Herco Digital. (2023). Solusi Digital Marketing Untuk Promosi Bisnis Wedding Organizer
- Setyawan, A., Sari, D., & Junaedi, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Makna Wedding Organizer Melalui Media Sosial.

Alhusna, V. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online terhadap Jasa Wedding Organizer.

Aulia, A. T. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Patron Wedding Organizer Melalui Media Sosial Instagram.

Prisgunanto, A. (2023). Strategi Pemasaran dalam Menarik Konsumen Wedding Organizer.