

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN VARIASI 99 MOTOR DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE

¹ Yhonatan Leo

¹ Universitas Buddhi Dharma

¹ Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang-Indonesia

¹ yoshiileo19@gmail.com

ABSTRAK

Kata Kunci:
Komunikasi Pemasaran
Marketing Mix 4P's
Penjualan
AISAS
E-Commerce
Shopee

Penelitian ini membahas Strategi Komunikasi Pemasaran Variasi 99 Motor Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui *E-Commerce* Shopee. Selama menggunakan Shopee, Variasi 99 Motor sempat mengalami penurunan penjualan yang diakibatkan oleh beberapa faktor. Bauran Pemasaran 4Ps sangat membantu meningkatkan kembali penjualan yaitu *Product, Price, Promotions dan Place*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran 4Ps, *E-Commerce*, Penjualan, dan AISAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur Shopee seperti *Shopee Live* dan *Shopee Video*, dan promosi penjualan memberikan *voucher* dan gratis ongkir berhasil meningkatkan penjualan.

ABSTRACT

Article history:
Received:
11 November 2025
Accepted:
20 November 2025
Available online :
16 January 2026

This study discusses the Marketing Communication Strategy of Variasi 99 Motor in Increasing Sales through Shopee E-Commerce. While using Shopee, Variasi 99 Motor experienced a decline in sales due to several factors. The 4Ps Marketing Mix was very helpful in increasing sales again, namely Product, Price, Promotions, and Place. The research method used was descriptive qualitative with data analysis techniques in the form of interviews, observations, and documentation. The theories used were Marketing Communication, the 4Ps Marketing Mix, E-Commerce, Sales, and AISAS. The results of the study showed that the use of Shopee features such as Shopee Live and Shopee Video, and sales promotions offering vouchers and free shipping successfully increased sales.

I. PENDAHULUAN

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial yang saling berhubungan melalui komunikasi, baik untuk bertukar informasi, ide, maupun pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi diartikan sebagai proses berbagi makna antara komunikator dan komunikan agar pesan dapat dipahami secara efektif (Paujiah, 2023). Dalam konteks ini, komunikasi menjadi pondasi penting dalam membangun interaksi sosial maupun profesional yang efektif dan bermakna. Perkembangan teknologi dan globalisasi mendorong munculnya komunikasi pemasaran sebagai strategi penting dalam dunia bisnis.

Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang diperkenalkan sejak tahun 1948, kemudian dipopulerkan menjadi 4P oleh Jerome McCarthy, menjadi dasar strategi pemasaran modern (Syarifuddin et al., 2022). Saat ini, strategi tradisional berbasis 4P telah bertransformasi ke arah digital dengan memanfaatkan berbagai media online. Kehadiran media baru (*new media*) memungkinkan akses informasi yang cepat, sehingga konsumen lebih mudah menjangkau produk melalui *platform e-commerce* (Yusuf et al., 2022).

Salah satu *E-Commerce* yang berkembang pesat di Indonesia adalah *Shopee*. Platform ini menyediakan berbagai fitur seperti *flash sale*, gratis ongkir, COD (*Cash On Delivery*), hingga konten video untuk mendukung penerapan strategi *Marketing Mix* secara digital. *Shopee* menjadi sarana efektif bagi pelaku usaha, termasuk Variasi 99 Motor, dalam meningkatkan penjualan melalui promosi kreatif dan jangkauan konsumen yang lebih luas. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan harga dan keterbatasan stok, penerapan strategi komunikasi pemasaran digital melalui *Shopee* terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan (Haridah & Fahrani, 2023).



Gambar 1. Data penurunan penjualan E-Commerce Shopee Variasi 99 Motor periode Oktober-Desember 2023 (Sumber: Data internal)

Data penjualan Variasi 99 Motor melalui *E-Commerce Shopee* pada periode Oktober-Desember 2023 menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Pada Oktober penjualan mencapai Rp288.260.000, namun turun drastis di November menjadi Rp211.400.000, sebelum kembali naik di Desember ke Rp244.125.000. Grafik ini memperlihatkan adanya tren penurunan yang cukup tajam sebelum akhirnya mengalami sedikit pemulihan. Penurunan di bulan November dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti ketidaktersediaan stok produk best seller, kurangnya pemanfaatan fitur *Shopee Video* dan *Shopee Live*, serta maraknya produk palsu dengan harga lebih murah yang menurunkan kepercayaan konsumen. Faktor-faktor ini mendorong konsumen untuk beralih ke kompetitor yang memiliki ketersediaan produk lebih baik dan strategi promosi lebih menarik. Meski pada Desember penjualan meningkat, capaian tersebut lebih disebabkan oleh momentum kampanye akhir tahun “12.12 Mega Sale” dan promosi gratis ongkir, namun belum mampu melampaui hasil Oktober.

Memasuki periode Januari-Maret 2024, Variasi 99 Motor mulai melakukan strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan fitur *Shopee Video* dan *Shopee Live* secara konsisten. Konten video produk yang berkualitas berhasil menarik kembali perhatian konsumen, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan strategi digital yang tepat mampu menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga stabilitas penjualan di tengah persaingan ketat.



Gambar 2. Data Peningkatan Penjualan *E-Commerce Shopee* Variasi 99 Motor bulan Januari-Maret 2024

Pada tiga bulan pertama tahun 2024, omset penjualan Variasi 99 Motor melalui E-Commerce Shopee menunjukkan tren peningkatan meski masih mengalami fluktuasi. Pada Januari, penjualan mencapai Rp365.325.000, turun di Februari menjadi Rp292.500.000, lalu kembali naik di Maret dengan Rp314.210.000. Pola ini mencerminkan adanya pemulihan setelah penurunan di periode sebelumnya melalui strategi komunikasi pemasaran yang lebih optimal.

Salah satu strategi utama yang dilakukan adalah memanfaatkan fitur Shopee seperti voucher diskon, Shopee Video, dan Shopee Live. Konten video yang menampilkan produk secara real berhasil meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa produk Variasi 99 Motor original dan berstandar SNI. Optimalisasi fitur-fitur ini menunjukkan dampak positif terhadap minat beli konsumen, serta memperkuat brand trust yang sempat menurun akibat masalah stok dan persaingan harga.

Selain penerapan Marketing Mix, strategi ini diperkuat dengan penggunaan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Model ini menggambarkan perilaku konsumen digital yang tidak hanya berhenti pada pembelian, tetapi juga berbagi pengalaman melalui ulasan. Shopee sebagai platform mendukung hampir seluruh tahapan AISAS, mulai dari menarik perhatian hingga memfasilitasi konsumen membagikan pengalaman belanja mereka.

Variasi 99 Motor mengaplikasikan AISAS melalui promo Flash Sale, gratis ongkir, dan COD untuk mendorong Action, kemudian memperkuat Attention dan Interest dengan konten Shopee Live/Video. Tahap Search difasilitasi lewat deskripsi produk dan ulasan pelanggan, sedangkan tahap Share terlihat dari banyaknya konsumen yang memberikan ulasan positif setelah pembelian. Selain itu, manajemen stok yang lebih baik juga membantu mengurangi potensi konsumen beralih ke kompetitor.

Penelitian Suhayati & Supriatna (2022) membahas strategi penjualan UMKM Cibaduyut melalui Shopee selama pandemi, sedangkan penelitian penulis lebih menekankan pada penerapan teori komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, *E-commerce*, penjualan, dan model AISAS. Christiania & Fauzi (2022) meneliti strategi 4P pada usaha Prol Tape Sari Madu di Jember, sementara fokus penelitian penulis adalah pemanfaatan Shopee untuk penjualan aksesoris motor. Mulitawati & Retnasary (2020) meneliti komunikasi pemasaran Polycrol melalui Instagram untuk membangun *brand image*, berbeda dengan penelitian penulis yang menekankan optimalisasi Shopee.

Penelitian Saadah et al. (2023) serta Aisyah & Alfikri (2023) membahas penerapan model AISAS dalam komunikasi pemasaran digital, namun konteksnya berbeda dengan penelitian penulis.

Saadah meneliti produk “Semakin Peka”, sedangkan Aisyah & Alfikri fokus pada *beauty platform* Somethinc di *Female Daily*. Penelitian penulis memanfaatkan AISAS dalam konteks pemasaran aksesoris motor melalui Shopee. Perbedaan konteks ini memperlihatkan kebaruan dalam penelitian.

Pada kategori skripsi, Tolok (2024) meneliti strategi komunikasi pemasaran Universitas Matana, sedangkan Puspita (2024) menekankan strategi komunikasi Tia Salon dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Riza Dewi (2020) meneliti Homedia melalui Instagram, yang berfokus pada strategi pemasaran berbasis media sosial. Perbedaan mendasar dengan penelitian penulis adalah objek dan platform yang digunakan, yakni Shopee sebagai *E-commerce* utama.

Sementara itu, pada kategori tesis, Firmansyah (2020) meneliti model pesan komunikasi pemasaran di perguruan tinggi swasta melalui Instagram, dan Adydatma (2021) meneliti penyampaian pesan pemasaran UMKM melalui TikTok. Berbeda dengan itu, penelitian penulis berfokus pada strategi komunikasi pemasaran Variasi 99 Motor melalui Shopee dengan analisis bauran pemasaran 4P dan model AISAS. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengombinasikan teori komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, dan model AISAS dalam konteks *E-commerce* otomotif.

Berdasarkan fenomena ini, penelitian diarahkan untuk mengkaji strategi komunikasi pemasaran Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui Shopee. Rumusan masalah penelitian meliputi analisis penerapan Marketing Mix 4Ps dan model AISAS dalam strategi pemasaran digital. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada kajian komunikasi pemasaran berbasis e-commerce, sementara secara praktis dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha maupun masyarakat dalam memahami strategi digital marketing yang efektif.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan rangkaian kegiatan sistematis untuk mencari kebenaran ilmiah melalui proses perumusan masalah, penyusunan hipotesis awal, hingga penarikan kesimpulan (Sahir, 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami, menganalisis, dan meringkas fenomena yang sedang terjadi. Melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, penulis mengumpulkan data yang relevan untuk menggambarkan strategi komunikasi pemasaran Variasi 99 Motor. Menurut Denzin & Lincoln dalam Fadli (2012) penelitian kualitatif menekankan interpretasi fenomena dalam latar alamiah, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam dan kontekstual.

Subjek penelitian adalah individu yang terlibat langsung dalam aktivitas Variasi 99 Motor, seperti *Head Store*, *Admin Marketing*, serta konsumen, yang memberikan deskripsi situasi dan kondisi lapangan. Objek penelitian ini adalah teori komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Variasi 99 Motor melalui *E-commerce* Shopee untuk meningkatkan penjualan (Tolok, 2024). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara, yaitu wawancara tatap muka untuk mengetahui sudut pandang subjek penelitian Rivaldi et al. (2023) observasi langsung menggunakan panca indera untuk memperoleh data empiris Makbul (2021) serta studi dokumentasi melalui pencatatan, foto, dan bukti visual lainnya sebagai pendukung data Hasan (2022) Kombinasi ketiga metode ini digunakan untuk memperkuat validitas penelitian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara sistematis dengan tujuan menemukan makna di balik informasi yang diperoleh, sehingga mampu menjelaskan kasus penelitian secara lebih jelas (Fahad & Muslimah, 2021). Analisis dilakukan untuk menghubungkan data dengan teori yang

relevan, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini dilaksanakan di Variasi 99 Motor, berlokasi di Jl. Raya Serpong-Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten, dengan rentang waktu selama tiga bulan, yakni April hingga Juni 2025. Lokasi dan periode penelitian dipilih untuk memberikan gambaran nyata tentang penerapan strategi komunikasi pemasaran di lapangan dalam konteks digital melalui Shopee.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Variasi 99 Motor adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan *sparepart* dan aksesoris variasi sepeda motor sejak 2023, dikelola oleh Herwan selaku Head Office dan berlokasi di Jl. Raya Serpong-Cisauk, Tangerang. Usaha ini memanfaatkan Shopee sebagai sarana promosi sekaligus media penjualan, dengan produk lengkap seperti aksesoris roda, bodi, suspensi, lampu, hingga knalpot, yang seluruhnya dijamin original dan berstandar SNI. Hingga Juni 2025, toko Shopee Variasi 99 Motor telah memiliki 2,6 ribu pengikut dengan rating 4,9 dari 5, menunjukkan perkembangan signifikan. Didukung struktur organisasi dan karyawan yang terbagi sesuai tugas, Variasi 99 Motor menjalankan operasional bisnisnya dengan visi menjadi penyedia aksesoris motor terpercaya di Indonesia dan misi memberikan produk berkualitas, layanan prima, serta inovasi yang meningkatkan kepuasan pelanggan.

Strategi Komunikasi Pemasaran Variasi 99 Motor Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui *E-Commerce* Shopee

Menurut Firmansyah (2020:2), Komunikasi pemasaran adalah upaya perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang barang dan merek yang mereka jual, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Iklan (*advertising*) adalah salah satu bentuk penyampaian informasi mengenai produk atau jasa dari pihak produsen kepada konsumen, ataupun bentuk pesan yang disampaikan oleh sponsor melalui berbagai media. Iklan juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi lanjutan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi penting yang perlu diketahui oleh khalayak sasaran.

Berbicara mengenai Iklan/*Advertising*, Penulis menanyakan kepada Herwan (*Head Office*) terkait Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shopee. Herwan mengatakan bahwa Variasi 99 Motor melakukan periklanan produk-produk terbaru yang dikelola oleh *Admin Marketing* dengan membuat konten video produk terbaru di Shopee video dan Shopee *live*. Berikut kutipan Wawancaranya:

"Ya kalo kita ada ngiklanin produk-produk terbaru, itu dikelola sama admin marketing, dia biasanya bikin iklan konten video produk terbaru terus di upload di shopee video".
(Wawancara 29 Juni 2025).

Pertanyaan terkait Iklan/*Advertising* juga Penulis ajukan kepada Saiful Rizki (*Admin Marketing*) terkait Bagaimana menyusun promosi di *E-Commerce* Shopee. Saiful Rizki mengatakan bahwa fitur Shopee video dan Shopee *live* dimanfaatkan dalam melakukan iklan produk-produk terbaru. Berikut kutipan wawancaranya:

"Saya sih biasanya bikin iklan video produk-produk terbaru itu saya upload di fitur shopee video sama kasih liat waktu live untuk menarik minat konsumen". (Wawancara 29 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Herwan selaku *Head Office* dan Saiful Rizki selaku *Admin Marketing* diatas dapat disimpulkan bahwa Variasi 99 Motor memanfaatkan fitur Shopee video dan Shopee *live* dalam membuat iklan/*Advertising* produk-produk terbarunya.

Implementasi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix* 4Ps) Variasi 99 Motor Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui *E-Commerce* Shopee.

1. Produk (*product*)

Produk adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Elemen ini mencakup semua aspek yang berkaitan dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Dalam konteks Variasi 99 Motor, produk yang ditawarkan adalah *sparepart* & aksesoris variasi roda & *velg*, aksesoris bodi & rangka motor, aksesoris *shock, strut*, & suspensi motor, lampu motor, knalpot motor, dan berbagai aksesoris variasi sepeda motor lainnya.

Berbicara tentang Produk, pada saat wawancara Penulis menanyakan kepada Herwan (*Head Office*) terkait implementasi Produk yang ditawarkan Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shopee. Herwan mengatakan Variasi 99 Motor memiliki produk yang lengkap dengan beberapa jenis yang bisa menyesuaikan dengan tipe sepeda motor konsumen dan produk yang sudah terjamin *original SNI* (Standar Nasional Indonesia). Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Keunggulan produk kita yang pasti kita lengkap, contoh dari aksesoris variasi velg kita punya beberapa jenis yang bisa menyesuaikan dengan tipe motor konsumen, terus kalo produk yang kita jual sudah pasti terjamin original SNI (standar nasional Indonesia)”. (Wawancara, 27 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Herwan selaku *Head Office* diatas dapat disimpulkan bahwa Produk yang ditawarkan Variasi 99 Motor sangat lengkap dan terjamin *original SNI* (Standar Nasional Indonesia). Pertanyaan serupa juga Penulis ajukan kepada Saiful Rizki (*Admin Marketing*) terkait Bagaimana mengelola ketersediaan Produk. Saiful Rizki mengatakan dalam mengelola ketersediaan produk, setiap hari selalu melakukan *update* stok. Berikut kutipan wawancaranya:

“Dalam mengelola ketersediaan produk biasanya sih saya selalu melakukan update stok produk setiap hari dan menganalisis data penjualan supaya tahu produk yang terlaris dan lambat terjual apa saja. Dan yang paling penting saya selalu mengkomunikasikan dengan tim”. (Wawancara 27 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Saiful Rizki selaku *Admin Marketing* diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mengelola ketersediaan produk Variasi 99 Motor melakukan *update* stok produk setiap hari dan menganalisis data penjualan untuk mengetahui produk yang terlaris dan lambat terjual.

Pertanyaan serupa juga penulis ajukan kepada Angga (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang kualitas produk Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Angga mengatakan bahwa kualitas produk Variasi 99 Motor sudah pasti terjamin bagus. Berikut kutipan wawancaranya:

"Kalo buat kualitas produk variasi 99 sudah pasti terjamin bagus, karena saya udah sering belanja di dia". (Wawancara 29 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga Penulis ajukan kepada Therdi (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang kualitas produk Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Therdi mengatakan bahwa kualitas produk Variasi 99 Motor bagus dan produknya *original*. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

"Kualitas variasi 99 bagus, yang pasti kalo di variasi 99 itu produknya original". (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga penulis ajukan kepada Vanessa (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang kualitas produk Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Vanessa mengatakan bahwa kualitas produk bagus, lengkap, memiliki pilihan warna yang banyak dan awet. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

"Kualitas produknya bagus, terus lengkap. Waktu saya beli velg itu pilihan warnanya banyak, awet juga sampe sekarang". (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga penulis ajukan kepada Ferdy (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapatnya tentang kualitas produk Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Ferdy mengatakan bahwa kualitas produk di Variasi 99 Motor bagus dan terjamin. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

"Kalo untuk kualitas di Variasi 99 itu bagus, terjamin juga". (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga Penulis ajukan kepada Ronald (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang kualitas produk Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Ronald mengatakan bahwa kualitas produk Variasi 99 Motor bagus, lengkap, punya banyak pilihan, dan produk *original* berstandar SNI. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

"Kualitas produknya bagus, lengkap juga, sama punya banyak pilihan, dan yang pasti sih kalo disini produknya original berstandar SNI juga". (Wawancara 30 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang Penulis lakukan kepada Konsumen *E-Commerce* Shopee Variasi 99 Motor dapat disimpulkan bahwa semua responden memberikan penilaian positif terhadap kualitasnya, dengan menyebut produk bagus, lengkap, dan terjamin *original* SNI (Standar Nasional Indonesia). Penulis melakukan observasi terkait penilaian kualitas produk di *E-Commerce* Shopee Variasi 99 Motor yang memiliki rata-rata rating penilaian tinggi dari konsumen, namun terdapat juga rating penilaian produk yang rendah dari konsumen.



Gambar 3. Penilaian Produk di *E-Commerce Shopee* Variasi 99 Motor



Gambar 4. Penilaian Produk di *E-Commerce Shopee* Variasi 99 Motor

Setelah melakukan observasi melalui akun *E-Commerce* Variasi 99 Motor, penilaian konsumen mengenai produk memiliki rating yang tinggi dengan penilaian rata-rata 4,9 dari 480 produk terjual, terdapat juga rating rendah dengan penilaian bintang 2 dari konsumen yang diakibatkan kerusakan produk dan tidak sesuai deskripsi. Terdapat juga respon dari pihak Variasi 99 Motor yang menanyakan mengenai kerusakan produk tersebut sebagai bentuk layanan *service* kepada konsumen.

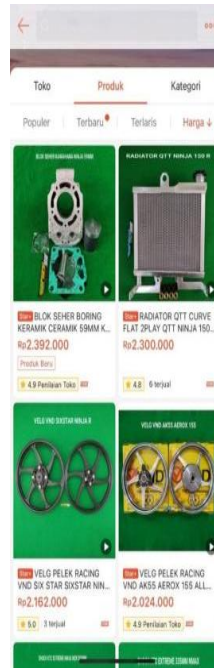
2. Harga (*price*)

Price adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Elemen harga melibatkan penetapan harga produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga yang dijual di Variasi 99 Motor adalah harga sparepart dan aksesoris variasi sepeda motor yang dijual melalui *E-Commerce* Shopee. Harga yang ditawarkan bervariasi yang memiliki range dari harga produk termurah Rp.25.000 hingga produk termahal Rp.2.392.000.

Penulis melakukan observasi terkait range harga yang dibandrol Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shop.



Gambar 5. Harga Produk Termurah
E-Commerce Shopee Variasi 99 Motor



Gambar 6. Harga Produk Termahal
E-Commerce Shopee Variasi 99 Motor

Pada saat wawancara, Penulis menanyakan kepada Herwan (*Head Office*) terkait *Price/harga* yang dibandrol Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shopee. Herwan mengatakan bahwa harga yang dijual Variasi 99 Motor dapat bersaing dengan kompetitor, harga yang bervariasi, dan memberikan *voucher* diskon. Berikut kutipan wawancaranya:

"Kalo untuk harga yang kita jual pastinya bersaing dengan kompetitor, kita juga memiliki berbagai jenis produk yang harganya berbeda-beda dari yang termurah sampe termahal, sama terkadang kita juga sering aktifkan voucher diskon potongan harga untuk harga yang berkisar Rp.300.000 keatas yang pastinya bikin harga jual kita terkesan jadi lebih murah".(Wawancara 27 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Herwan selaku *Head Office* diatas dapat disimpulkan bahwa *Price/Harga* yang ditawarkan Variasi 99 Motor dapat bersaing dengan kompetitor, memiliki harga yang bervariasi, dan terdapat *voucher* diskon untuk pembelian Rp.300.000,.

Pertanyaan terkait *Price/harga* juga Penulis ajukan kepada Saiful Rizki (*Admin Marketing*) terkait implementasi *Price/Harga* yang ditawarkan Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shopee. Saiful mengatakan bahwa Variasi 99 Motor menggunakan fitur *voucher* diskon dan memiliki harga yang berbeda-beda sesuai produk dari yang termurah sampai termahal. Berikut kutipan wawancaranya:

“Kalo mengenai price/harga, saya menggunakan fitur-fitur Shopee seperti voucher2 diskon untuk meningkatkan penjualan dan untuk harga juga berbeda-beda, bervariasi sesuai produk, dari yang termurah sampe yang termahal itu ada semua”. (Wawancara 27 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Saiful Rizki selaku *Admin Marketing* diatas dapat disimpulkan bahwa Variasi 99 Motor menggunakan fitur *voucher* diskon untuk meningkatkan penjualan, dan memiliki harga yang bervariasi disetiap produknya.

Pertanyaan serupa juga Penulis ajukan kepada Angga (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang harga Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Angga mengatakan bahwa harga Variasi 99 Motor termasuk murah. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Kalo untuk harga Variasi 99 Motor menurut saya termasuk salah satu yang murah jika dibandingkan dengan kompetitor lain”. (Wawancara 29 Juni 2025).

Berikutnya, penulis ajukan pertanyaan serupa kepada Therdi (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang harga Variasi. Therdi mengatakan bahwa harga sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Kalo untuk harga sii, menurut saya sesuai ya dengan kualitas produk yang dijual”. (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa penulis tanyakan kepada Vanessa terkait bagaimana pendapatnya tentang harga Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Vanessa mengatakan bahwa harga termasuk murah dan terkadang bisa *claim voucher* diskon. Vannesa dulu pernah mendapatkan diskon 8%. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Harga termasuk murah, apalagi kadang Variasi 99 Motor itu bisa claim voucher diskon kalo gaksalah 8% dulu”. (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga penulis tanyakan pada Ferdy (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapatnya tentang harga Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Ferdy mengatakan bahwa harga termasuk standar dan tidak murahan. Produknya juga *original* Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Kalo buat harga dia termasuk standar lah menurut saya, gak terlalu mahal, gak murahan juga, soalnya ori juga kalo produk dia”. (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa Penulis ajukan kepada Ronald (Konsumen Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapatnya tentang harga Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Ronald mengatakan bahwa harga sesuai dengan ketahanan kualitas produk. Sebenarnya Ronald tidak tahu banyak untuk harga di kompetitor lain, tapi menurutnya dia membeli velg dengan disini sebanding dan sampai sekarang juga awet. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Saya sih kurang tau kalo untuk harga di kompetitor lain berapa, tapi menurut saya dulu saya beli velg dengan harga yg saya beli dulu sebanding, sampe sekarang juga awet”. (Wawancara 30 Juni 2025).

3. Place (Tempat)

Tempat merupakan salah satu elemen penting dalam menentukan bagaimana produk atau jasa dapat dijangkau oleh konsumen. Untuk dapat memastikan bahwa konsumen dapat dengan mudah mengakses produk dan jasa, Variasi 99 Motor memiliki toko offline yang berlokasi di di Jl. Raya Serpong-Cisauk, Suradita, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten dan *memilih E-Commerce* Shopee sebagai platform *online store*. Penulis melakukan observasi terkait lokasi toko *offline* Variasi 99 Motor. Selain memberikan akses kepada konsumen yang ini berbelanja secara langsung, toko *offline* Variasi 99 Motor juga digunakan sebagai tempat untuk menjalankan pemasaran secara *online* dan sebagai tempat penyimpanan produk.



Gambar 7. Toko Offline Variasi 99 Motor

Pada saat wawancara Penulis menanyakan kepada Herwan (*Head Office*) terkait implementasi *Place/Tempat* Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan. Herwan mengatakan Shopee dipilih sebagai *platform online store* karena kemudahan akses dan memiliki pengguna yang sangat banyak. Variasi 99 Motor juga memiliki kategori produk yang dikelola oleh *Admin Marketing* untuk mempermudah konsumen dalam mencari produk. Berikut kutipan wawancaranya:

"Shopee kita pilih karena sangat mudah diakses, saat ini pengguna nya juga sangat banyak, saya juga minta ke bagian Admin Marketing untuk membuat kategori produk yang bikin konsumen gampang cari produk yang lagi dicari". (Wawancara 27 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Herwan selaku *Head Office* diatas dapat disimpulkan bahwa Shopee dipilih oleh Variasi 99 Motor sebagai *platform online store* karena memiliki kemudahan akses, pengguna yang sangat banyak, dan memiliki kategori produk yang dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk yang diinginkan. Pertanyaan terkait *Place/Tempat* juga Penulis ajukan kepada Saiful Rizki (*Admin Marketing*) terkait implementasi *Place/Tempat* Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan. Saiful Rizki mengatakan bahwa *E-Commerce* Shopee Variasi 99 Motor mudah dijangkau/ditemukan dan nyaman untuk berbelanja secara *online*. Variasi 99 Motor juga mengkategorikan produknya untuk memudahkan konsumen mencari produk yang dibutuhkan. Berikut kutipan wawancaranya:

"Saya selalu memastikan bahwa akun E-Commerce Shopee Variasi 99 Motor mudah dijangkau/ditemukan dan nyaman untuk berbelanja, saya juga memanfaatkan fitur fitur di Shopee untuk mengkategorikan produk yang dapat memudahkan konsumen mencari produk yang dibutuhkan nya".(Wawancara 27 Juni 2025).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Saiful Rizi selaku *Admin Marketing* diatas dapat disimpulkan bahwa Shopee sebagai tempat penjualan *online store* Variasi 99 Motor mudah dijangkau/ditemukan dan nyaman untuk berbelanja.

4. **Promotion (Promosi)**

Promosi yang efektif dapat membantu Variasi 99 Motor meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan minat pelanggan. Elemen ini melibatkan promosi yang digunakan untuk memperkenalkan, memasarkan, mempromosikan produk atau jasa kepada pelanggan.

Penulis menanyakan kepada Herwan (*Head Office*) terkait implementasi *Promotion/Promosi* Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shopee. Herwan mengatakan bahwa Variasi 99 Motor rutin melakukan promosi melalui Shopee *live*, membuat konten video disetiap produk, memberikan *voucher* diskon, dan gratis ongkir kepada konsumen. Menurut Herwan, Variasi 99 Motor rutin melakukan promosi di Shopee *live*, *voucher* diskon seperti *voucher* diskon itu harga yang berkisar Rp.300.000, kita juga membuat konten video. produk yang bagus dan menarik. Berikut kutipan wawancaranya:

"Kita rutin melakukan promosi di Shopee live, voucher diskon seperti yang lain yang di Shopee ada, voucher diskon itu harga yang berkisar Rp.300.000 keatas, buat konten video produk yang bagus gitu yang menarik, dan kita juga kasih voucher gratis ongkir". (Wawancara 27 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga Penulis ajukan kepada Saiful Rizki (*Admin Marketing*) terkait *Promotion/Promosi* apa yang paling menarik minat konsumen Variasi 99 Motor dalam meningkatkan penjualan melalui *E-Commerce* Shopee. Saiful Rizki mengatakan promosi melalui Shopee *live* dengan memberikan *voucher* diskon menjadi yang paling menarik minat konsumen.

"Kalo sejauh ini sih, kayanya promosi lewat Shopee live masih jadi yang paling menarik konsumen, soalnya waktu live itu kita sekalian kasih voucher diskon juga". (Wawancara 27 Juni 2025).

Pertanyaan serupa juga Penulis ajukan kepada Angga (Konsumen di *E-Commerce* Shopee Variasi 99 Motor) terkait bagaimana pendapat nya tentang *Promotion/Promosi* Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee. Angga mengatakan bahwa promosi yang dilakukan Variasi 99 Motor lumayan menarik dengan memberikan potongan harga karena *voucher* diskon saat *live* di Shopee. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

"Promosi yang dikasih juga lumayan menarik, saya pernah beli shock motor waktu dia live di Shopee itu dapet potongan harga karena voucher diskon". (Wawancara 29 Juni 2025).

Pertanyaan serupa penulis tanyakan kepada Therdi terkait bagaimana pendapat nya tentang *Promotion/Promosi Variasi 99 Motor di E-Commerce* Shopee. Therdi mengatakan bahwa promosi yang dilakukan Variasi 99 Motor melalui Shopee *live* dengan memberikan *voucher* gratis ongkir dan COD lumayan membantu. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Sama promosinya lumayan ngebantu, dia promosiin spion variasi waktu itu lewat Shopee live, jadi saya CO, dapet voucher gratis ongkir sama COD juga”. (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa penulis tanyakan kepada Vanessa terkait bagaimana pendapat nya tentang *Promotion/Promosi Variasi 99 Motor di E-Commerce* Shopee. Dia mengatakan bahwa promosi sudah cukup bagus dengan menampilkan produk melalui Shopee *live* dan memberikan *voucher* diskon 8% saat *live* apabila melakukan *checkout* produk. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

“Kalau untuk promosinya cukup bagus ya mas, ga menipu customer juga, contohnya saya beli velg karna liat Shopee vidio produknya langsung yang dibuat variasi 99, pas live juga ada promo kalau checkout, lumayan dapet voucher diskon 8%, dan ternyata bener dapet voucher diskonnya, bukan cuma marketing”. (Wawancara 30 Juni 2025).

Pertanyaan serupa penulis tanyakan pada Ferdy terkait bagaimana pendapat nya tentang *Promotion/Promosi Variasi 99 Motor di E-Commerce* Shopee. Ferdy mengatakan bahwa promosi yang dilakukan Variasi 99 Motor sudah bagus dan menampilkan produk secara *real/asli*. Berikut adalah kutipan wawancaranya: *“Udah bagus, nampilin produknya real juga”.* (Wawancara 1 Juli 2025).

Pertanyaan serupa kepada Ronald terkait bagaimana pendapatnya tentang *Promotion/Promosi Variasi 99 Motor di E-Commerce* Shopee. Ronald mengatakan bahwa harga sudah cukup bagus dan murah. Berikut adalah kutipan wawancaranya: *“Udah cukup bagus sih, harga jadi lebih murah”.* (Wawancara 1 Juli 2025).

Implementasi Model AISAS pada Variasi 99 Motor Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce Shopee.

Model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) merupakan kerangka perilaku konsumen yang diperkenalkan oleh Dentsu. dan dianggap relevan dalam era pemasaran digital. Berbeda dengan model konvensional seperti AIDMA, AISAS menekankan keterlibatan aktif konsumen dalam mencari informasi dan membagikan pengalaman, yang sesuai dengan karakteristik pemasaran melalui *E-Commerce*. Pada penelitian ini, model AISAS digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Variasi 99 Motor melalui Shopee dalam meningkatkan penjualan.

1. Attention (perhatian)

Tahap awal dalam model AISAS adalah menarik perhatian calon konsumen. Variasi 99 Motor memanfaatkan berbagai fitur promosi di Shopee seperti *flash sale*, *voucher* diskon, dan gratis ongkir untuk memancing kunjungan. Foto produk dibuat dengan menarik dengan judul produk juga disusun dengan kata kunci yang relevan dan deskriptif, sehingga lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang melakukan pencarian di Shopee. Strategi ini efektif dalam meningkatkan *product views* serta memperluas jangkauan audiens. Penulis melakukan observasi terkait bentuk *Attention* (perhatian) yang dilakukan Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee untuk menarik perhatian calon konsumen.



Gambar 8. Judul Deskriptif Produk

Setelah melakukan observasi melalui akun *E-Commerce* Variasi 99 Motor, terdapat fitur promosi di Shopee seperti *flash sale*, voucher diskon, gratis ongkir, dan foto produk yang dibuat dengan judul yang menarik dan deskriptif untuk menarik perhatian calon konsumen.

2. **Interest (ketertarikan)**

Setelah perhatian konsumen berhasil diperoleh, tahap selanjutnya adalah menumbuhkan ketertarikan. Variasi 99 Motor menyajikan deskripsi produk yang lengkap dan informatif, menonjolkan keunggulan kualitas produk yang original berstandar SNI, pemanfaatan fitur Shopee Live dan Shopee Video digunakan untuk memberikan gambaran nyata tentang produk, sehingga calon pembeli dapat melihat detail dan fungsinya secara langsung. Upaya ini mampu meningkatkan interaksi konsumen, baik dalam bentuk like, follow, maupun pesan langsung melalui fitur *chat*. Penulis melakukan observasi terkait bentuk Interest (ketertarikan) yang dilakukan Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee untuk menumbuhkan ketertarikan calon konsumen terhadap produk Variasi 99 Motor.

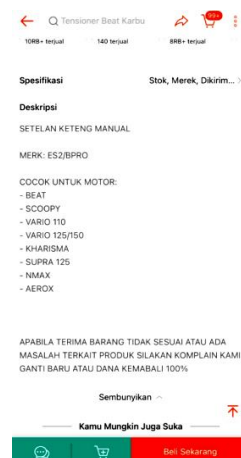


Gambar 9. Video Produk

Setelah melakukan observasi melalui akun *E-Commerce* Variasi 99 Motor, terdapat foto/video produk yang menarik yang dilakukan Variasi 99 Motor untuk memberikan gambaran nyata tentang produk, sehingga calon pembeli dapat melihat detail dan fungsinya secara langsung

3. Search (pencarian)

Pada tahap ini, konsumen yang tertarik akan mencari informasi lebih lanjut sebelum memutuskan untuk membeli. Variasi 99 Motor menyediakan deskripsi produk yang lengkap dengan beberapa kategori produk dan spesifikasi teknis yang jelas. Penulis melakukan observasi terkait bentuk Search (pencarian) yang dilakukan Variasi 99 Motor di E-Commerce Shopee untuk menarik perhatian calon konsumen. Setelah melakukan observasi melalui akun *E-Commerce* Variasi 99 Motor, terdapat deskripsi produk yang lengkap dengan beberapa kategori produk dan spesifikasi teknis yang jelas yang dapat membantu konsumen untuk menemukan produk yang dicari



Gambar 10. Deskripsi Produk

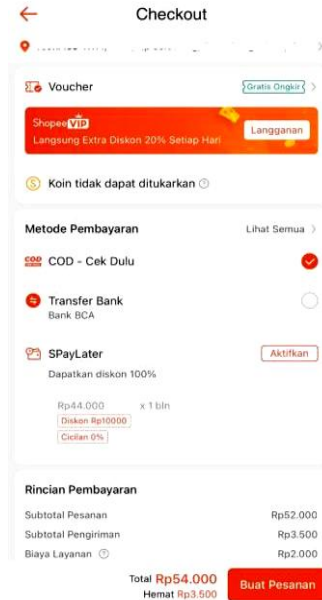


Gambar 11. Fitur Chat Produk *E-Commerce* Shopee

Setelah melakukan observasi melalui akun *E-Commerce* Variasi 99 Motor, selain memiliki deskripsi produk yang lengkap dengan beberapa kategori produk dan spesifikasi teknis yang jelas, terdapat juga respons yang cepat dan informatif melalui fitur chat dan diskusi produk yang dilakukan Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee untuk membangun rasa percaya konsumen, sehingga mengurangi keraguan untuk melakukan pembelian.

4. **Action (aksi)**

Tahap *Action* adalah saat konsumen melakukan transaksi pembelian. Variasi 99 Motor memberikan kemudahan proses pembelian dengan menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran, salah satunya *Cash on Delivery* (COD). Penulis melakukan observasi terkait bentuk *Action/aksi* yang dilakukan Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee untuk mendorong dan memudahkan konsumen melakukan transaksi pembelian.



Gambar 12. Metode Pembayaran Produk
Shopee Variasi 99 Motor

5. *Share* (berbagi).

Tahap terakhir adalah konsumen membagikan pengalaman mereka setelah membeli produk. Variasi 99 Motor mendorong pembeli untuk memberikan ulasan positif dan penilaian di halaman produk. Penulis melakukan observasi terkait bentuk *Share*/berbagi yang dilakukan Variasi 99 Motor di *E-Commerce* Shopee untuk menjadi daya tarik dan menambah kepercayaan calon konsumen.



Gambar 13. Ulasan Produk

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi pemasaran Variasi 99 Motor melalui Shopee dilakukan dengan iklan berbasis *video* dan *live streaming*, sedangkan implementasi *Marketing Mix (4Ps)* mencakup produk *sparepart* dan aksesoris motor original berstandar SNI, harga kompetitif dengan *voucher* diskon, distribusi melalui toko *offline* dan *online*, serta promosi kreatif lewat *Shopee Live, video, gratis ongkir, dan COD (Cash on Delivery)*. Penerapan model *AISAS* berjalan optimal, mulai dari konten *video* yang menarik perhatian, deskripsi produk dan ulasan yang mendukung pencarian informasi, promo yang mendorong pembelian, hingga ulasan positif konsumen yang memperkuat tahap berbagi pengalaman. Untuk pengembangan, disarankan agar Variasi 99 Motor menghadirkan konten *video* lebih interaktif seperti tutorial dan sesi tanya jawab, serta memperluas pemasaran ke *platform e-commerce* lain dan media sosial dengan dukungan *influencer* otomotif guna meningkatkan jangkauan dan *Brand Awareness*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, T. L., & Alfikri, M. (2023). Analisis Model Komunikasi AISAS (Attention, Interest, Search, Action dan Share) pada Beauty Platform (Studi Kasus: Brand Somethinc di Female Daily). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*.
- Christiania, J., & Fauzi, A. (2022). 2. Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4P (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jembere Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*.
- Fadli, M. (2012). Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(2), 13–20.
- Fahad, A., & Muslimah, M. (2021). *Memahami Teknik Pengolahan Data dan Analisis Kualitatif*. PINCIS, 178.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Haridah, & Fahrioni, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Ikan Teri Pada PT. Marinal Indoprime Kabupaten Sumenep. *Jurnal ISICO*, 1–2.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *JURASIK (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 23.
- Makbul, B. (2021). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @ahlinyaobatmaag). *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*.
- Paujiah, J. (2023). *Etika dan Filsafat Komunikasi Dalam Realita Sosial*. PT. Mahakarya Citra Utama Group.
- Puspita, Z. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tia Salon* (pp. 25–27).
- Rivaldi, A., Feriawan, F. U., & Nur, M. (2023). *Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara* (pp. 3–4).
- Saadah, N. N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model AISAS pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Suhayati, E., & Supriatna, N. N. (2022). Strategi Penjualan di Marketplace Shoppe Untuk Meningkatkan Penjualan Sepatu Kulit Pada 10 UMKM di Cibaduyut, Bandung. *Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*.
- Syarifuddin, L., Mandey, S., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran*

Pemasaran. CV. Istana Agency.

Tolok, J. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Matana Tangerang Untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru (p. 26).

Yusuf, M., Sutrisno, Putri, P. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 508.