

Strategi Komunikasi Pemasaran Master Stokis Shannen Palembang Melalui Seminar Bussines Opportunity Shannen (BOS)

Shendy Rezaldo^{1*} Hamidah² Muhammad Randicha Hamandia³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: Shendyrezaldo862@gmail.com,¹ hamidah_uin@radenfatah.ac.id,²

mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id³

ABSTRACT

Communication is a very important requirement in the economy, especially in marketing a product. Using the right marketing communications can increase the value and sales results of a product. An effective communication strategy will generate ideas and concepts to determine the direction and desired course of action in a business. The theory used is the theory of aidda (attention, interest, desire, action) where all forms of promotion must be based on planned step by step. The research used is qualitative research. Who explores these symptoms. then interpreted and according to the context so that objective and reasonable conclusions are obtained in accordance with the symptoms in that context by means of observation, interviews and documentation carried out to the master stockist Shannen Palembang. The data was collected and then described as needed, analyzed and then conclusions were drawn. The results of this study conclude that the marketing communication strategy carried out is with attention, where the communicator must be able to create positive messages about the products offered, and the communicator must have good personal selling, and the success of this marketing communication strategy also depends on whether the communicator is persuasive or not in promotional activities to change consumer attitudes and behavior.

Keyword: *Marketing Communications, Seminars, Palembang Stockists, Bussines Opportunity*

ABSTRAK

Komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam perekonomian, terutama dalam memasarkan suatu produk. Dengan menggunakan komunikasi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan nilai dan hasil penjualan suatu produk. Strategi komunikasi yang efektif akan menghasilkan ide dan konsep untuk menentukan arah dan tindakan yang diinginkan dalam suatu bisnis. Teori yang digunakan adalah teori aidda (perhatian, minat, keinginan, tindakan) dimana segala bentuk promosi harus berdasarkan langkah demi langkah yang terencana. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Yang mendalami gejala-gejala tersebut. kemudian diinterpretasikan dan sesuai dengan konteksnya sehingga diperoleh kesimpulan yang objektif dan wajar sesuai dengan gejala yang ada dalam konteks tersebut dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan ke master stockist Shannen Palembang. Data dikumpulkan kemudian dideskripsikan sesuai kebutuhan, dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah dengan perhatian, dimana komunikator harus mampu menciptakan pesan yang

positif tentang produk yang ditawarkan, dan komunikator harus memiliki personal selling yang baik, dan keberhasilan strategi komunikasi pemasaran ini juga tergantung pada apakah komunikator persuasif atau tidak dalam kegiatan promosi untuk mengubah sikap dan perilaku konsumen.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Seminar, Stokis Palembang, Peluang Bisnis*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal yang penting dilakukan dalam dunia bisnis. Perusahaan terkait harus mampu berkomunikasi dengan baik kepada para konsumen terkait produk yang ditawarkan perusahaan. Tujuannya, agar tidak ada kesalah pahaman yang terjadi antara perusahaan dan konsumen. Selain itu, komunikasi akan memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuan penjualan produk. Hal ini berdampak pada masa depan perusahaan. Proses penyampaian pesan dari komunikator kepada orang lain, ini merupakan perwujudan dari komunikasi.¹ Penerapan komunikasi membutuhkan sebuah strategi dalam pemasaran produk, agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Strategi dalam memasarkan produk merupakan kiat yang perlu dipikirkan dan diterapkan sehingga produk dapat sampai ke tangan pembeli dengan aman dan dalam kurun waktu tertentu. Karena sebuah produk tentunya memiliki masa berlakunya masing-masing. Jadi, produk harus terdistribusi sebelum masa berlakunya habis, guna menghindari kerugian perusahaan. Dalam prosesnya strategi pemasaran berkaitan erat dengan komunikasi. Artinya, ketika hendak memasarkan produk diperlukan komunikasi yang baik sehingga prosesnya dapat berjalan dengan lancar atau disebut juga dengan komunikasi dalam pemasaran.

Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak-pihak lembaga baik itu produsen, distributor, dan pembeli, yang terlibat dalam pemasaran secara langsung.² Artinya, baik itu produsen (perusahaan), distributor (mitra usaha) dan pembeli (konsumen) melakukan komunikasi dalam

¹ Doni Mardiyanto, Giarti, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo), *Jurnal Edunomika*, Vol. 03, No. 01 (Februari 2019). h. 60.

² Zulaikha, *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi*, (Surabaya: Unitomo Press, 2020), h. 96.

proses pemasaran. Dimulai dari mendengarkan, bereaksi terhadap hal yang didengar, lalu berbicara. Mendengarkan penjelasan produk dari produsen dan mitra usaha. Kemudian, para konsumen bereaksi terhadap apa yang di dengarnya tadi dengan cara berbicara. Maka disini terjadilah sebuah proses komunikasi antara penjual dan pembeli dalam penjualan produk. Terakhir, terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antar penjual dan pembeli. Hal ini tidak terlepas dari peran penting komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran memiliki peran yang sangat vital, yakni sebagai fasilitator perusahaan kepada pembeli, penggugah minat konsumen dan penentu suksesnya pemasaran. Fasilitator perusahaan artinya komunikasi pemasaran menjadi jembatan penyambung hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pembeli prospektif. Komunikasi pemasaran juga memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran produk, karena komunikasi pemasaran memiliki kemampuan untuk menggugah minat semua orang yang menjadi target sasaran tergerak untuk melakukan pembelian. Sehingga komunikasi pemasaran menjadi aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Komunikasi pemasaran bertujuan untuk memperkuat strategi komunikasi pemasaran.

Strategi komunikasi pemasaran merupakan langkah awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan mendapatkan keuntungan yang banyak dari usaha yang dijalankan.³ Maka dari itu, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang baik dan tepat untuk meningkatkan penjualan produk. Penjualan produk meningkat, berguna untuk meraih segmen pasar yang lebih luas. Sehingga penyebaran produk menjadi lebih merata dimana-mana dan terkenal dikalangan pembeli. Jika para pembeli telah mengenal produk, maka peluang untuk mereka membeli produk perusahaan itu akan semakin terbuka lebar. Pembeli juga disesuaikan dengan sasaran pasar.

Sasaran pasar merupakan target konsumen yang kiranya akan membeli sebuah produk yang ditawarkan perusahaan. Untuk menentukan sasaran pasar

³ Doni Mardiyanto, Giarti, *Analisis...*, h. 61.

biasanya telah dilakukan riset pasar terlebih dahulu. Riset ini tentunya bertujuan untuk mengetahui secara detail sasaran pasar dari produk yang akan dibuat oleh perusahaan. Harapannya agar pendistribusian produk nantinya akan berjalan lancar dan sesuai dengan sasaran pasar. Harapan ini dapat diwujudkan dengan pembuatan rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar. Ada 4 strategi yang tepat yang biasanya digunakan untuk sasaran pasar yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Keempat strategi ini dikenal dengan bauran pemasaran. Mereka bersinergi untuk mencapai sasaran pasar yang telah ada. Bauran pemasaran ini juga menjadi penentu tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan dengan memberikan kepuasan kepada sasaran pasar atau konsumen dalam dunia bisnis.

Bisnis cakupannya sangat luas, terdiri dari banyak sekali bidang usaha. Bidang usaha yang dimaksud diantaranya, bidang kuliner, bidang Kesehatan, bidang kebugaran maupun bidang perawatan kulit. Berbagai bidang usaha ini masing-masing diperuntukan sesuai tujuan perusahaan, target pasar dan memiliki kelebihan serta kelemahannya masing-masing. Bidang perawatan kulit identic dengan wanita. Sehingga tak heran jika pelaku usaha dibidang ini memiliki target pasar yang umumnya yaitu para wanita. Terlebih wanita-wanita muda yang peduli tentang perawatan kulit mereka. Namun, tidak menutup kemungkinan juga untuk para lelaki yang memiliki kepedulian tentang perawatan kulit mereka.

Perawatan kulit banyak macamnya, umumnya terdiri dari perawatan kulit wajah dan kulit tubuh. Perawatan kulit wajah terdiri dari skincare dan kosmetik atau make up. Skincare berfungsi untuk merawat kulit wajah dengan serangkaian produk. *Skincare* ini bersifat bertahap dan memerlukan waktu untuk hasilnya. Sedangkan kosmetik atau *make up* biasanya berfungsi untuk menutupi kekurangan diwajah, sehingga wajah kita menjadi lebih terlihat indah. *Make up* bersifat instan, sehingga kita dapat dengan mudah melihat hasil *make up* yang dilakukan. Perawatan kulit tubuh biasanya juga terdiri dari serangkaian produk. Banyak sekali brand atau perusahaan yang bergerak dalam bidang perawatan kulit ini. Salah satunya yaitu PT. Shannen Global Indonesia.

PT. Shannen Global Indonesia didirikan oleh Faradina Dwi Safitri pada tahun 2018. PT. Shannen Global Indonesia memperlakukan setiap bahan secara otentik, memastikan hanya kualitas terbaik yang masuk di dalam setiap produknya. Shannen menghadirkan produk kosmetik yang terjamin halal, *cruelty free*, *bpom approved* dan *no paraben*. Selain itu produk shannen dapat mencerahkan kulit wajah lebih maksimal tapi tetap terlihat natural, menutrisi kulit wajah sehingga kulit wajah lebih sehat dan harga terjangkau dengan kualitas premium. PT. Shannen Global Indonesia berpusat di Tangerang. Produk Shannen tersebar luas di wilayah Indonesia. Pemasarannya sudah hampir menyeluruh di seluruh Indonesia tepatnya pada 2019 telah mencapai 23 kota. Kota-kota besar yang telah menjadi cabang tempat pemasaran produk Shanen ini seperti, Palembang, Jakarta dan Banjarmasin.⁴

Desain pemasaran produk Shannen dengan system Stokis sebagai perpanjangan tangan perusahaan di setiap provinsi. Satu provinsi hanya memiliki satu Stokis. Stokis di provinsi Sumatera Selatan bernama Master Stokis Shanen Palembang. Stokis ini beralamat di Kota Palembang. Tugas Stokis yaitu memastikan persediaan produk selalu ada, memberikan pemahaman untuk para mitra dan pendistribusian produk hingga sampai kepada para konsumen. Persediaan produk dilakukan pengecekan secara rutin dan mengusahakan produk tidak pernah kosong. Memberikan pemahaman kepada para mitra dengan selalu berkomunikasi dan seringkali melakukan penjelasan produk kepada para mitra terlebih jika ada produk baru perusahaan. Pendistribusian produk kepada para mitra kemudian para mitra yang menyalurkan produk kepada konsumen. Kondisi Covid-19 tidak terlalu berdampak besar terhadap penjualan produk Shannen. Hal ini terlihat dari penjualan produk Shannen yang terus berjalan selama masa pandemi. Selain itu, wanita membutuhkan produk kosmetik. Maka, untuk memenuhi kebutuhannya, produk kosmetik laris terjual.

⁴ Koran Jakarta. 2019. Shannen Merk Kosmetik Lokal Peluang Usaha Mandiri Berpenghasilan Jutaan. <https://koran-jakarta.com/shannen-merk-kosmetik-lokal-peluang-usaha-mandiri-berpenghasilan-jutaan?page=all> Diakses pada 15 September 2022.

Produk dari PT. Shannen Global Indonesia ada banyak dimulai dari produk make up, skincare dan bodycarenya. Produk *make up* shannen yaitu *cushion, lip cream, blush on*, alis dan *facemist*. Adapun yang menjadi andalan dari *make up* series ini yaitu *lip cream*nya. Karena *lip cream* shannen awet seharian dan ringan saat pengaplikasian. Selain itu, warna lipstiknya juga cocok untuk warna bibir wanita-wanita Indonesia. Rangkaian *skincare* nya juga lengkap, ada *facial wash, toner, serum, day cream, night cream* dengan beragam kegunaan yang disesuaikan lagi dengan kebutuhan kulit masing-masing. Ada yang untuk kulit normal, berjerawat hingga cuci muka khusus pria juga ada. *Bodycare* produk shannen terdiri dari *body lotion* dan serum untuk perawatan tubuh. Tak hanya bisa merawat kulit, kelebihan dari shannen ini yaitu kita juga dapat berbisnis.

Shannen dalam penerapannya menggunakan penjualan langsung. Penjualan langsung adalah sebuah metode penjualan produk tertentu secara langsung melalui jaringan pemasaran atau multilevel marketing yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar bonus dan komisi berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen.⁵ Mitra usaha perlu mengajak orang untuk mengembangkan bisnis jaringan yang dibangunnya. Agar bisa mendapatkan keuntungan berupa bonus dan komisi, disamping agar penyebaran produk shannen menjadi lebih luas. Meluas nya penyebaran produk shannen diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk. Untuk itu perlu dilakukan upaya penyusunan strategi komunikasi pemasaran.

Upaya penyusunan strategi komunikasi pemasaran produk shannen yaitu ada banyak. Bisa melalui promosi di sosial media, penjualan online dan offline, menggaet *brand ambassador* dan melalui seminar BOS. Seminar BOS ini merupakan salah satu upaya strategi komunikasi pemasaran yang jarang dilakukan oleh brand kosmetik lain. Sehingga ada keunikan tersendiri. Selain unik, strategi komunikasi pemasaran BOS juga merupakan salah satu strategi brand Shannen yang paling banyak memikat para anggota baru. Tujuan utama bergabungnya anggota baru yaitu agar pemasaran produk Shannen menjadi lebih luas. Selain itu,

⁵ Nugraha Dwi Prayudi. 2020. Riview Shanen Kosmetik Halal. <https://sites.google.com/view/shannen-beauty/beranda> Diakses pada 15 September 2022.

dengan system MultiLevel Marketing (MLM), maka dapat memperluas jaringan bisnis dengan meraup berbagai keuntungan. Artinya strategi BOS ini sangat penting bagi kelangsungan brand Shannen ke depannya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif mencoba untuk memahami dan mendalami gejala-gejala. Kemudian diinterpretasi dan sesuai dengan konteksnya. Sehingga dicapai suatu simpulan yang obyektif dan alamiah sesuai dengan gejala-gejala pada konteks tersebut.⁶ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan penafsiran yang melibatkan banyak metode (triangulasi) dalam menelaah masalah penelitiannya. Tujuan triangulasi yaitu untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.⁷

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi pemasaran adalah sebuah rencana yang mengaitkan kekuatan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dalam rangka mengenalkan produk untuk mencapai tujuan perusahaan dalam mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan. Artinya, pemilihan strategi komunikasi pemasaran yang tepat, sangat erat kaitannya dengan capaian tujuan perusahaan. Perusahaan yang menjadi sasaran pada penelitian ini adalah PT. Shannen Global Indonesia, khususnya cabang Master Stokis Shannen Palembang.

Master Stokis Shannen Palembang bergerak pada bidang kosmetik tentunya memiliki banyak pesaing. Semakin ketatnya persaingan produk di kota Palembang ini, membuat peneliti harus menganalisis bagaimana strategi yang digunakan Master Stokis Shannen Palembang melalui seminar BOS untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan dan bagaimana merekrut pelanggan agar bisa menjadi konsumen tetap terhadap produk yang ditawarkan dengan menggunakan teori AIDDA.

⁶ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Tulung Agung: Akademia Pustaka, 2018), h. 6.

⁷ Suyitno, *Metode...*, h. 87.

AIDDA terdiri dari lima huruf, sebagai berikut: *Attention* (Perhatian), *Interest* (Rasa tertarik/Minat), *Desire* (Hasrat/Keinginan), *Decission* (Keputusan), *Action* (Tindakan). Proses ini diawali dengan membangkitkan perhatian (*Attention*) pelanggan. Kemudian, diikuti oleh upaya menumbuhkan minat (*Interest*) pelanggan. Hal ini adalah titik tertinggi dari perhatian. Minat merupakan kelanjutan dari perhatian yaitu sebagai acuan untuk memunculkan hasrat (*Desire*) agar pelanggan bertindak laku sesuai harapan. Lalu, hasrat tidak menjadi satu-satunya bagi komunikator untuk mengambil keputusan. Keputusan (*Decission*) yang dimaksud disini adalah keputusan dalam melakukan aksi nyata (*Action*).⁸

Berikut merupakan implementasi teori AIDDA yang dilakukan oleh Master Stokis Shannen Palembang:

1. *Attention* (Perhatian)

Perusahaan memunculkan perhatian khalayak ramai target konsumen untuk membeli produk master stokis shannen Palembang dengan cara meningkatkan citra positif produk yang akan ditawarkan. Peningkatan citra positif ini dilakukan dengan menjaga kualitas produk dan membangun branding yang baik melalui sosial media. Sosial media yang dimaksud yaitu WhatsApp Grup, Instagram dan Tiktok. Lalu, menceritakan kelebihan produk dengan video testimoni dari orang-orang yang telah memakainya dan melalui beauty class atau praktik langsung produk yang ditawarkan. Sehingga dapat menumbuhkan minat beli pada masyarakat luas.

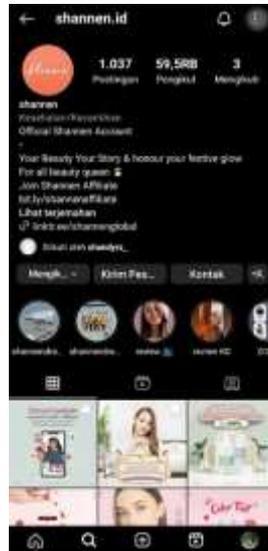
“Cara meningkatkan citra positif produk yang ditawarkan dengan testimoni orang-orang yang memakai dan menceritakan keunggulan produk. Selanjutnya, melalui demo/praktik kecantikan”.⁹ *“Cara meningkatkan citra positif produk yang ditawarkan yaitu dengan menjaga kualitas produk dan menawarkan sesuai dengan kenyataannya. Misalnya lipstik, ditawarkan kelebihan produk yang ringan, tidak menggumpal, tidak lengket dan tahan lama.”*¹⁰ *“Cara meningkatkan*

⁸ Yetti Oktarina, Yudi Abdullah, *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: DEE Publish, 2017). h. 80.

⁹ Ibu Seriyani, *Owner Master Stokis Shannen Palembang*, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

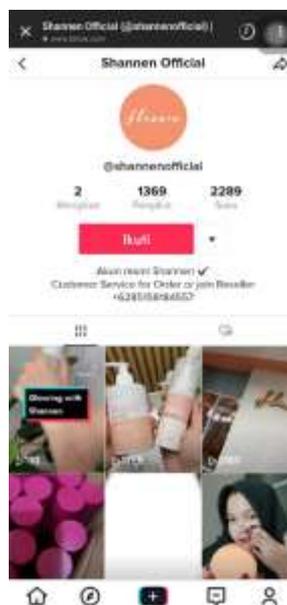
¹⁰ Bapak Feri Gunawan, *Upline Master Stokis Shannen Palembang*, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

citra positif produk yang ditawarkan dengan cara membangun branding yang baik di sosial media dan menjaga kualitas produk.”¹¹



Gambar 4.1 Akun Instagram PT. Shannen Global Indonesia

Sumber: Instagram PT. Shannen Global Indonesia diakses pada tanggal 28 Maret 2023



Gambar 4.2 Akun Tiktok PT. Shannen Global Indoensia

¹¹ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

Sumber: Tiktok PT. Shannen Global Indonesia diakses pada tanggal 28 Maret 2023

Fokus perusahaan dari awal yaitu dalam peningkatan kualitas produknya. Kualitas produk perusahaan yang telah terbukti bagus menyadarkan para calon konsumen untuk melek dan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Terlebih ketika para anggota master stokis shannen Palembang sangat giat dalam menarik minat konsumen. Ada beberapa cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen, yaitu dengan menjelaskan tentang keunggulan sistem jaringan, bonus-bonus yang akan di peroleh jika bergabung bersama PT. Shannen Global Indonesia, mengadakan pertemuan rutin dan membuat pelatihan, menjaga hubungan komunikasi dengan baik dan menyiapkan konten untuk kebutuhan media sosial.

*“Dari awal perusahaan tidak terlalu fokus dalam menarik perhatian pelanggan, namun lebih kepada peningkatan kualitas produknya. Hal ini terbukti efektif, karena khalayak ramai dapat langsung tertarik karena mengetahui produk perusahaan yang memang berkualitas. Selain itu, sistem jaringan yang keren dan bonus yang didapatkan juga banyak.”*¹² *“Cara membangun komunikasi agar menarik perhatian pelanggan yaitu dengan melakukan hubungan komunikasi secara berkala. Misalnya menanyakan kabar, mengucapkan ulang tahun kepada pelanggan, mengadakan pertemuan rutin dan membuat pelatihan.”*¹³ *“Cara membangun komunikasi agar menarik perhatian pelanggan yaitu menyiapkan konten agar selalu eksis dalam melakukan iklan di dunia maya.”*¹⁴

2. *Interest* (Rasa tertarik/Minat)

Rasa tertarik dari calon konsumen muncul untuk mempunyai produk yang ditawarkan perusahaan, ketika mereka telah mengetahui manfaat dan keunggulan produk serta *benefit* yang didapatkan ketika bergabung bersama perusahaan. Terlebih mengetahui jika brand ini mempunyai keunikan. Shannen merupakan *brand* yang mempelopori *lipstick* menggunakan kuas. Hal ini merupakan ide dan terobosan baru, ketika *brand* lain belum memikirkannya. Kemudian baru ikuti

¹² Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

¹³ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

¹⁴ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

oleh *brand-brand* lainnya dalam penggunaan kuas pada *lipstick* jenis *lipcream*. Memahami *benefit* yang didapatkan ketika bergabung bersama perusahaan ini membuat mereka tidak hanya sebagai pemakai saja, namun dapat memiliki penghasilan tambahan. Fakta ini merupakan salah satu hal penting yang bisa dipertimbangkan untuk bisnis jangka Panjang kedepannya. Sehingga calon konsumen diharapkan dapat menjadi anggota dari perusahaan tersebut.

*“Hal yang dilakukan ketika pelanggan merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan yaitu dengan menjadikannya sebagai member. Agar ia tidak hanya sebagai pemakai saja, namun dapat memiliki penghasilan tambahan serta menikmati bonus yang diberikan oleh perusahaan .”*¹⁵ *“Hal yang dilakukan ketika pelanggan merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan yaitu menjual dengan sistem pakai dan sistem member (Feri Irawan, Wawancara, Maret 2023).”* *“Hal yang dilakukan ketika pelanggan merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan yaitu menjual produk dan menjelaskan kualitas produk, melakukan follow up kembali kepada konsumen yang merasa tertarik tersebut.”*¹⁶

Rasa tertarik yang telah muncul dari calon konsumen tak lepas dari peran penjelasan nilai atau kualitas produk yang diterimanya dari para upline-upline hebat. Cara menjelaskan nilai atau kualitas produk yaitu dengan cara melakukan seminar BOS (*Bussines Opportunity Shannen*). Seminar BOS berisi kegiatan penjelasan kepada calon konsumen tentang bahan baku produk, manfaat produk, tampilan produk dan keunikan produk yang ditawarkan perusahaan. *Output* dari kegiatan seminar ini yaitu banyak merekrut konsumen-konsumen baru.

*“Cara menjelaskan nilai atau kualitas produk yaitu dengan mengadakan seminar BOS (Bussines Opportunity Shannen). Seminar tersebut menjelaskan tentang bahan baku, kegunaan dan kelebihan produk.”*¹⁷ *“Cara menjelaskan nilai atau kualitas produk yaitu dengan memahami produk knowledge, bahan baku, manfaat dan tampilan produk.”*¹⁸ *“Cara menjelaskan nilai atau*

¹⁵ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

¹⁶ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

¹⁷ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

¹⁸ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

kualitas produk yaitu memahami bahan baku produk, kualitas dan kelebihan produk kepada pelanggan.”¹⁹

3. *Desire* (Hasrat/Keinginan)

Pada kegiatan seminar BOS yang dilakukan, kita dapat mengetahui bagaimana keinginan dari calon pembeli untuk bergabung menjadi anggota perusahaan ataupun hanya membeli produk perusahaan. Cara mengetahui pelanggan sudah memiliki keinginan untuk bergabung bersama perusahaan dan membeli produk yaitu dilihat dari mimik wajah dan gestrur tubuh mereka ketika mengikuti seminar BOS, keseriusan mereka dalam mendengarkan materi seminar BOS dan mereka sudah mulai banyak bertanya.

“Cara mengetahui pelanggan sudah memiliki keinginan untuk membeli produk yaitu ketika pelanggan sudah mulai serius mendengarkan, banyak bertanya dan ingin mendalami produk.”²⁰ “Cara mengetahui pelanggan sudah memiliki keinginan untuk membeli produk yaitu terlihat dari raut wajah, mendengarkan dengan seksama penjelasan yang diberikan dan banyak bertanya.”²¹ “Cara mengetahui pelanggan sudah memiliki keinginan untuk membeli produk yaitu pelanggan lebih banyak bertanya mengenai produk termasuk kelebihan dan kekurangan produk.”²²

Ketika calon konsumen menunjukkan indikasi seperti diatas, artinya calon konsumen sudah memahami produk knowledge dan tentu saja berkeinginan untuk memakai produk Shannen. Maka tahap selanjutnya pada kegiatan BOS ini, calon pelanggan bisa mencoba produk terlebih dahulu atau ada produk tester dan merasakan khasiatnya secara langsung. Karena kualitas produk yang benar-benar bagus, ditambah dengan sudah BPOM, halal dan terbuat dari bahan alami. Hal-hal inilah yang membuat calon konsumen langsung membeli produk dan bergabung menjadi anggota perusahaan.

¹⁹ Bapak Feri Gunawan, *Upline Master Stokis Shannen Palembang*, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

²⁰ Ibu Seriyani, *Owner Master Stokis Shannen Palembang*, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

²¹ Bapak Feri Gunawan, *Upline Master Stokis Shannen Palembang*, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

²² Ibu Dina Sarima, *Upline Master Stokis Shannen Palembang*, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

“Pelanggan mulai berkeinginan untuk memakai produk shannen ketika melihat ada keunikan yang disuguhkan oleh perusahaan. Contohnya penggunaan kuas pada lipstik yang pada waktu itu masih sangat jarang. Shannen hadir dengan keunikan ini yang membuat pelanggan berkeinginan untuk mencoba dan memiliki produk tersebut.”²³ “Pelanggan mulai berkeinginan untuk memakai produk shannen ketika dia telah mempunyai produk shannen tersebut.”²⁴ “Pelanggan mulai berkeinginan untuk memakai produk shannen ketika mereka telah mengetahui bahan baku produk yang ditawarkan dari grade A, halal dan dari bahan alami.”²⁵

4. *Decission* (Keputusan)

Keputusan konsumen untuk membeli produk banyak di pengaruhi oleh kegiatan promosi. Hal ini juga dipengaruhi oleh persuasive tidaknya komunikator dalam kegiatan promosi kepada konsumen. Kegiatan promosi membuat produk dari perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas. Master stokis shannen Palembang melakukan banyak sekali jenis promosi. Diantaranya melalui seminar BOS, penjualan langsung *door to door* atau melalui mulut ke mulut dan melalui sosial media.

“Promosi mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk. Walaupun tidak sepenuhnya keputusan pelanggan tersebut bersumber dari promosi yang dilakukan. Hal ini juga tergantung dari persuasive tidaknya cara komunikasi pemateri.”²⁶ “Promosi mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk. Karena produk lebih dikenal di khalayak ramai.”²⁷ “Promosi sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli produk.”²⁸

5. *Action* (Tindakan)

Tindakan merupakan aksi yang dilakukan oleh konsumen ketika dia telah memutuskan sesuatu. Sebelum konsumen menetapkan aksi yang akan

²³ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

²⁴ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

²⁵ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

²⁶ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

²⁷ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

²⁸ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

dilakukannya, maka perusahaan perlu meyakinkan dan berkomunikasi kepada calon konsumen. Proses meyakinkan dan berkomunikasi kepada calon konsumen biasanya dilakukan dalam kegiatan seminar BOS. Perusahaan mempunyai berbagai macam cara yang dilakukan untuk meyakinkan para calon konsumen.

Berikut beberapa caranya yaitu dengan menghadirkan narasumber hebat, menyediakan tempat yang nyaman, memperkenalkan perusahaan dan produk, bahan baku, keunggulan dan manfaat menggunakan produk, menyajikan testimoni anggota perusahaan yang telah lama bergabung dan bonus-bonus yang telah diperolehnya, menjelaskan secara detail sistem multi-level marketing dan *cashback* yang di dapat ketika calon konsumen bergabung pada hari saat kegiatan seminar BOS berlangsung.

*“Cara perusahaan dalam meyakinkan dan berkomunikasi dengan pelanggan dalam seminar BOS yaitu dengan memperkenalkan perusahaan dan produknya. Lalu, menceritakan pengalaman (testimoni) dalam menjalankan bisnis ini. Serta manfaat menggunakan produk ini.”*²⁹ *“Cara perusahaan dalam meyakinkan dan berkomunikasi dengan pelanggan dalam seminar BOS yaitu menjelaskan tentang produk, marketing plan yang ada di perusahaan dan bonus yang akan didapatkan setelah bergabung bersama bisnis ini.”*³⁰ *“Cara perusahaan dalam meyakinkan dan berkomunikasi dengan pelanggan dalam seminar BOS yaitu dengan menjelaskan profil perusahaan, keunggulan produk, bahan baku produk, cara pemakaian produk dan cashback yang didapatkan dari pelanggan.”*³¹

Seminar BOS sebagai salah satu jenis promosi yang digunakan perusahaan dan merupakan sebuah strategi komunikasi pemasaran produk dari master stokis shannen Palembang. Kegiatan seminar BOS ini bertujuan untuk menjual produk perusahaan dan merekrut anggota baru sebanyak-banyaknya. Berikut merupakan penjelasan lebih lengkapnya:

²⁹ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

³⁰ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

³¹ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

1. Penjualan

Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan melibatkan *stokis* dan *upline* serta para anggota master stokis shannen Palembang. Artinya, semua elemen terlibat dalam kegiatan penjualan ini. Agar penjualan tepat sasaran dan efektif, maka diperlukan spesifikasi target pasar yang diinginkan. Berikut spesifikasi target pasar yang diinginkan master stokis shannen Palembang dalam melakukan pemasaran produk yaitu:

- a. Target pasar berasal dari kelas ekonomi menengah keatas.

Mengingat harga perproduk yang lumayan terbilang mahal diantara brand lainnya. Rata-rata produk shannen mencapai angka seratus ribu ke atas. Sehingga penting memikirkan target pasar dalam melakukan penjualan produk.

- b. Jenis kelamin target pasar

Jenis kelamin target pasar yang utama yaitu para kaum hawa atau wanita. Karena kecantikan dan keindahan sudah melekat pada fitrahnya wanita. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan untuk digunakan oleh kaum adam atau pria. Karena produk ini bisa dipakai oleh semua orang baik pria maupun wanita sesuai kebutuhan.

- c. Rentang usia target pasar

Rentang usia target pasar master stokis shannen Palembang dari remaja hingga dewasa. Namun, perusahaan lebih fokus kepada usia dewasa. Karena usia dewasa yang biasanya lebih kompleks dalam memakai produk kecantikan baik dari *skincare*, *body care* maupun *make up* secara rutin. Sedangkan usia remaja biasanya mereka menggunakan *skincare* dan *make up basic* yang kandungannya pun masih ringan. Seperti cuci muka, pelembab dan *sunscreen* serta bedak tabur dan jenis lipstik yang ringan seperti liptint.

“Spesifikasi target pasar yang diinginkan dalam melakukan pemasaran produk yaitu dari kalangan ekonomi menengah keatas. Tapi tidak menutup kemungkinan untuk kalangan ekonomi menengah kebawah. Karena mengingat harga produk yang ditawarkan lumayan tinggi. Adapun usia pemakainya dari rentang remaja hingga dewasa. Namun, perusahaan lebih focus kepada usia dewasa, karena pada usia remaja biasanya mereka

menggunakan jenis lipstik yang ringan seperti liptint.”³² “Spesifikasi target pasar yang diinginkan dalam melakukan pemasaran produk yaitu tidak begitu spesifik. Karena produk ini bisa dipakai oleh semua orang baik laki-laki maupun perempuan sesuai kebutuhan.”³³ “Spesifikasi target pasar yang diinginkan dalam melakukan pemasaran produk yaitu usia remaja hingga dewasa terutama kaum Wanita.”³⁴

Setelah mengetahui spesifikasi target pasar yang diharapkan, maka diperlukan sebuah kegiatan dalam penjualan. Kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan seminar BOS. Agar seminar BOS berjalan sesuai keinginan perusahaan, maka diperlukan teknis pelaksanaan seminar BOS tersebut. Berikut beberapa teknis pelaksanaan seminar BOS yaitu:

- a. Owner dan para *upline* berkolaborasi dalam mempersiapkan acara seminar BOS. Persiapan dilakukan dengan merancang seminar BOS yang akan berlangsung. Mulai dari kehadiran *owner* pusat, para *upline* dan pembicara yang handal. Lalu, kenyamanan calon konsumen dengan memilih tempat yang cocok dan strategis. Mempersiapkan *sound system* pendukung, agar acara seminar lebih keren dan menggelegar. Serta mempersiapkan cara menjelaskan marketing plan dengan simpel dan mudah dimengerti oleh calon konsumen.
- b. Penyebaran undangan seminar dilakukan dengan cara mendatangi kolega secara langsung ke rumah atau melalui media sosial. Media sosial yang digunakan seperti Whatsapp Grup, Instagram dan Tiktok.
- c. Pada saat kegiatan seminar juga dilakukan penjualan produk dengan menjelaskan bahan baku produk, keunggulan dan manfaat dari produk perusahaan serta marketing plan bisnis multi-level marketing.

“Teknis Seminar BOS yaitu saya berdiskusi bersama upline pada tahap persiapan untuk merancang apa yang harus dikerjakan serta memikirkan pembicara yang berkualitas, kehadiran owner pusat, kehadiran para upline sebagai penyemangat, menjelaskan marketing plan dengan simpel dan

³² Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

³³ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

³⁴ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

*mudah dimengerti serta menggunakan sound system yang mendukung.”³⁵
“Teknis Seminar BOS yaitu melalui media social, home sharing dan menyebarkan undangan secara langsung kepada khalayak ramai. Sosial media seperti instagram, WhatsApp Grup, Facebook dan lain-lain.”³⁶
“Teknis Seminar BOS yaitu dengan melakukan penjualan langsung, menjelaskan kualitas produk, marketing plan, dan keuntungan dalam membeli produk.”³⁷*

Ketika *owner* dan para *upline* sudah berkolaborasi dalam merencanakan kegiatan seminar BOS dengan sebaik-baiknya. Kadang dihari pelaksanaan, muncul beberapa hambatan dalam melakukan seminar BOS tersebut. Hambatan yang paling sering ditemukan dalam melakukan seminar BOS yaitu dalam menghadirkan calon konsumen pada acara tersebut. Kadang mereka memiliki seribu satu alasan. Seperti cuaca hujan, jaga anak, jaga rumah, belum izin dengan suami dan lain-lain. Sehingga diperlukan trik dalam mengatasi hal ini. Master *stokis* Shannen Palembang memberikan potongan harga dan bonus produk yang ditawarkan serta bisa belajar *beauty class* ketika calon konsumen mengikuti kegiatan seminar BOS.

“Hambatan yang temukan dalam melakukan seminar BOS yaitu dalam mengundang calon pelanggan untuk hadir dalam kegiatan seminar BOS. Adapun trik yang dilakukan yaitu memberikan potongan harga dan bonus produk yang ditawarkan serta bisa belajar beauty class.”³⁸ “Hambatan yang temukan dalam melakukan seminar BOS yaitu kehadiran calon pelanggan dalam kegiatan seminar BOS.”³⁹ “Hambatan yang temukan dalam melakukan seminar BOS yaitu dalam mengadirkan calon pelanggan di acara seminar BOS.”⁴⁰

2. *Join Member* (Anggota)

Seminar BOS yang telah dilakukan merupakan salah satu kegiatan yang efektif untuk merekrut anggota baru perusahaan. Banyak sekali anggota baru

³⁵ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

³⁶ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

³⁷ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

³⁸ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

³⁹ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

⁴⁰ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023

perusahaan yang bergabung melalui acara ini. Artinya bahwa seminar BOS yang dilakukan dapat mempengaruhi calon pelanggan untuk bergabung menjadi anggota baru perusahaan. Karena dalam kegiatan seminar BOS ini terdapat para pembicara yang handal, persuasive dan bisa meyakinkan calon pelanggan dengan gaya bicara dan mimik wajahnya dalam menyampaikan pengetahuan tentang produk, bisnis MLM ataupun tentang perusahaan. Pada kegiatan ini juga telah dijelaskan lebih detail mengenai perusahaan dan produk. Serta dapat mencoba secara langsung produk dan dapat terinspirasi dari kisah orang-orang yang telah berhasil menjalankan bisnis ini. Artinya, melalui seminar ini calon pelanggan sudah benar-benar paham terkait perusahaan, bisnis MLM dan produknya.

“Seminar BOS dapat mempengaruhi pelanggan untuk bergabung menjadi member. Asalkan pembicaranya handal, persuasive dan bisa meyakinkan pelanggan dengan gaya bicaranya, cara menyampaikan dan pengetahuannya.”⁴¹ “Seminar BOS dapat mempengaruhi pelanggan untuk bergabung menjadi member. Karena dalam kegiatan seminar BOS kita menjelaskan lebih detail mengenai perusahaan dan produk. Serta dapat mencoba secara langsung produk dan dapat terinspirasi dari kisah orang-orang yang telah berhasil menjalankan bisnis ini. Sehingga calon pelanggan lebih memahami dan tertarik untuk bergabung bersama perusahaan.”⁴² “Seminar BOS sangat mempengaruhi pelanggan untuk bergabung menjadi member. Karena melalui seminar ini calon pelanggan telah paham betul mengenai perusahaan dan produknya.”⁴³

Berdasarkan pengaruh yang ditimbulkan melalui kegiatan seminar BOS terhadap calon pelanggan diatas, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan seminar BOS sangat efektif dalam mengajak calon pelanggan untuk bergabung dan menjadi anggota baru perusahaan. Karena kebanyakan calon pelanggan yang mengikuti kegiatan seminar ini, langsung menjadi anggota baru perusahaan. Hal ini telah terbukti dari banyaknya calon pelanggan yang menjadi anggota baru perusahaan melalui kegiatan seminar BOS. Adapun untuk rata-rata persentase

⁴¹ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

⁴² Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

⁴³ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

keberhasilan seminar BOS dalam merekrut anggota baru perusahaan dari hasil wawancara terhadap *owner* dan para *upline* yaitu 80%.

*“Seminar BOS sangat efektif dalam mengajak pelanggan untuk menjadi member. Kemungkinannya sekitar 70% mereka yang hadir bergabung menjadi member di bisnis ini.”*⁴⁴ *“Seminar BOS sangat efektif dalam mengajak pelanggan untuk menjadi member. Kemungkinannya sekitar 80% mereka yang hadir bergabung menjadi member di bisnis ini.”*⁴⁵ *“Seminar BOS sangat efektif dalam mengajak pelanggan untuk menjadi member. Kemungkinannya sekitar 90% mereka yang hadir bergabung menjadi member di bisnis ini.”*⁴⁶

Pengimplementasian strategi komunikasi pemasaran melalui seminar BOS dan beberapa aspek AIDDA memiliki beberapa tujuan. Berikut beberapa tujuan pengimplementasian strategi komunikasi pemasaran melalui seminar BOS dan beberapa aspek AIDDA oleh master stokis shannen Palembang yaitu:

- a. Menghadapi persaingan sengit antar *brand* kecantikan khususnya di kota Palembang. Mengingat semakin banyaknya *brand-brand* kecantikan baru yang bermunculan. Sehingga membuat persaingan dan perebutan hati konsumen menjadi semakin ketat.
- b. Meningkatkan kualitas produk. Perusahaan terus melakukan pembaharuan terhadap bahan baku produk dan berupaya untuk melakukan inovasi. Agar produk perusahaan memiliki daya saing dan dapat bertahan di pasaran.
- c. Memperkenalkan perusahaan, produk dan bisnis MLM kepada masyarakat luas.
- d. Melakukan penjualan produk sebanyak-banyaknya. Banyak cara yang dilakukan perusahaan dalam menjual produk. Seperti melalui penjualan langsung, *door to door*, melalui pengiklanan, sosial media, melakukan pelatihan dan yang paling sering dengan melaksanakan kegiatan seminar BOS.

⁴⁴ Ibu Seriyani, *Owner* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 14 Maret 2023.

⁴⁵ Bapak Feri Gunawan, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 16 Maret 2023.

⁴⁶ Ibu Dina Sarima, *Upline* Master Stokis Shannen Palembang, wawancara tanggal 17 Maret 2023.

- e. Membuat masyarakat yakin untuk bergabung menjadi member baru perusahaan.

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh sebuah perusahaan sudah tentu memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dan kekurangan dari strategi komunikasi pemasaran AIDDA melalui seminar BOS yang digunakan oleh master stokis shannen Palembang yaitu:

- a. Kelebihan

Kelebihan strategi komunikasi pemasaran master stokis shannen Palembang melalui seminar BOS yaitu:

- 1) Mempermudah akses dalam berkomunikasi, baik itu menjelaskan tentang *marketing plan*, maupun produk. Serta mempermudah untuk *follow up* calon konsumen supaya tertarik memakai dan bergabung untuk menjadi anggota baru pada bisnis bersama shannen. Lebih mudah meyakinkan konsumen. Selain itu, dapat membangun jaringan pemasaran tanpa batas dengan biaya murah dan memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk dapat berbisnis dengan mandiri.⁴⁷
- 2) Mampu membuat produk shannen menjadi lebih eksis dan dikenal khalayak. Sehingga membuat banyak orang yang tertarik memakai produk tersebut. Selain itu tentunya mampu membuat khalayak tertarik untuk join bisnis dengan semua keuntungan yang ditawarkan.
- 3) Mempererat hubungan bisnis antara *founder*, *owner* master stokis, *up line*, *down line* maupun member dan calon konsumen baru yang mengikuti seminar tersebut.

- b. Kekurangan

Kekurangan strategi komunikasi pemasaran master stokis shannen Palembang melalui seminar BOS yaitu munculnya hambatan. Hambatan yang paling sering dirasakan yaitu ketika mengundang atau menghadirkan calon konsumen karena berbagai faktor seperti ada kegiatan lainnya, ada tamu, tidak mendapatkan izin dari suami atau istri untuk ikut seminar dan kadang kala

⁴⁷ Marzuki Muhammad, Analisis Bisnis MLM Ditinjau dari Sisi Mudharatnya, *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-isu Sosial*, Vol 19, No. 1 (Juni 2021) h. 121.

terkendala karena cuaca. Kemudian, hambatan lain yang menjadi kekurangan yaitu dalam membangun jaringan bisnis oleh anggota baru. Tidak semua anggota baru berhasil dalam membangun jaringan dibawahnya pada bisnis MLM. Sehingga diperlukan usaha yang lebih dalam memahami bisnis MLM, agar berjalan dengan lancar.

Tidak sedikit *upline* membujuk *downline* nya untuk *sign-up* dengan mimpi-mimpi mendapatkan *passive income*. Bergabung di sistem bisnis MLM mungkin tidak mahal, namun tidak sedikit produk yang dipasarkan sangat mahal, karena keuntungan akan dibagi ke jaringan. Banyak diantara distributor yang bergabung di bisnis MLM tidak bertahan lama. Tidak semua orang cocok dalam menjalankan bisnis MLM dan memiliki *skill* dalam merekrut orang.⁴⁸

Jika tidak mampu merekrut jumlah orang yang disyaratkan oleh perusahaan MLM, bonus tidak akan diperoleh oleh distributor MLM. Setelah mampu merekrut orang untuk menjadi *downline* sesuai dengan jumlah yang disyaratkan, baru seorang member baru naik level ke posisi *upline*. Namun kadang perusahaan juga mensyaratkan agar jumlah *downline* yang direkrut memiliki keseimbangan di sisi kanan dan sisi kiri.⁴⁹

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran master stokis shannen Palembang melalui seminar *Bussines Opportunity Shannen* (BOS), maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori AIDDA sebagai alat ukur untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Master Stokis Shannen Palembang melalui seminar *Bussines Opportunity Shannen* (BOS) agar mencapai efek yang diinginkan. Strategi Komunikasi Pemasaran yang harus dimulai adalah dengan perhatian, yang mana komunikator harus mampu menciptakan suatu pesan positif tentang produk yang ditawarkan, dan komunikator harus mempunyai personal selling yang baik, serta keberhasilan strategi komunikasi pemasaran ini juga tergantung *persuasive* tidaknya

⁴⁸ Marzuki Muhammad, *Analisis...*, h. 121-122.

⁴⁹ Marzuki Muhammad, *Analisis...*, h. 121-122.

komunikator dalam kegiatan promosi untuk mengubah sikap dan perilaku konsumen. Komunikator harus mampu memberikan informasi secara professional dengan bahasa yang menarik, melalui produk yang ditawarkan sehingga konsumen bersedia mengikuti informasi yang disampaikan oleh komunikator. Hal ini tentunya akan menciptakan keputusan, yang akhirnya akan muncul tindakan konsumen untuk membeli produk tersebut apakah hanya sebagai penjual, pemakai produk saja, atau menjual sekaligus memakai produk serta bergabung join bisnis shannen.

Semakin ketatnya persaingan bisnis kosmetik kecantikan dan MLM yang terbilang cukup besar. Karena, setiap usaha atau bisnis memiliki kelebihan dalam hal peralatan, sumber daya manusia, serta koneksi yang cukup mumpuni. Master Stokis Shannen Palembang meyakini siap untuk menghadapi persaingan, karena perusahaan memiliki strategi komunikasi pemasaran yang dinilai mampu untuk menghadapi para pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Dina Sarima. *Upline Master Stokis Shannen Palembang*. Wawancara tanggal 17 Maret 2023.
- Feri Gunawan. *Upline Master Stokis Shannen Palembang*. Wawancara tanggal 16 Maret 2023.
- Koran Jakarta. 2019. *Shannen Merk Kosmetik Lokal Peluang Usaha Mandiri Berpenghasilan Jutaan*. <https://koran-jakarta.com/shannen-merk-kosmetik-lokal-peluang-usaha-mandiri-berpenghasilan-jutaan?page=all> Diakses pada 15 September 2022.
- Mardiyanto Doni, Giarti, *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo)*, Jurnal Edunomika, Vol. 03, No. 01, Februari 2019.
- Marzuki Muhammad, *Analisis Bisnis MLM Ditinjau dari Sisi Mudharatnya*. Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-isu Sosial, Vol 19, No. 1: 116-127, Juni 2021
- Oktarina Yetti, Yudi Abdullah. 2017. *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan praktik*. Yogyakarta: DEE Publish
- Prayudi Nugraha Dwi. 2020. *Riview Shanen Kosmetik Halal*. <https://sites.google.com/view/shannen-beauty/beranda> Diakses pada 15 September 2022.
- Seriyani. *Owner Master Stokis Shannen Palembang*. Wawancara tanggal 14 Maret 2023.
- Suyitno, 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Akademia Pustaka: Tulung Agung.
- Zulaikha, 2020. *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi*. Unitomo Press: Surabaya.