



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

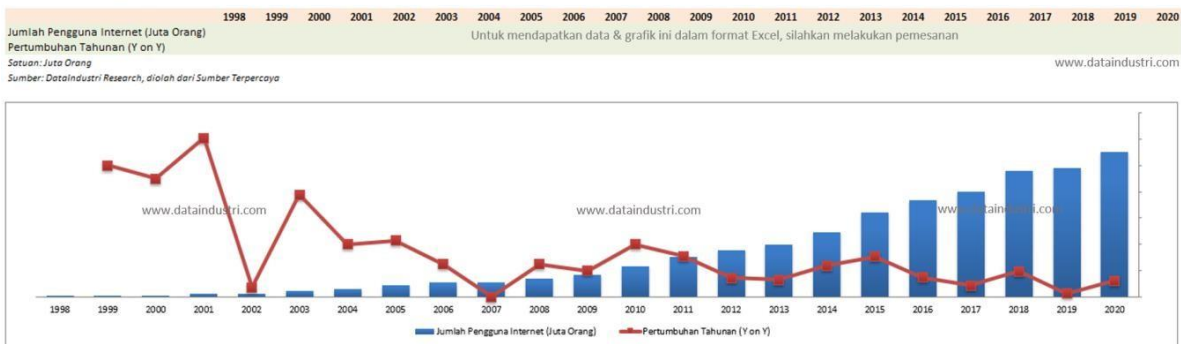
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia pada kuartal II tahun 2021 meningkat sebesar 7,07% secara tahunan dan membuat Indonesia kembali masuk ke dalam zona positif pertumbuhan ekonomi setelah beberapa bulan terakhir berada dalam tekanan resesi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 (Tempo, 2021).

Pertumbuhan ekonomi yang terjadi juga berdampak positif pada industri sepeda yang meningkat penjualannya hingga 30% dari tahun tahun sebelumnya (Bisnis.com, 2021). Pertumbuhan industri sepeda ini juga disebabkan oleh adanya pembatasan sosial bagi masyarakat sehingga banyak masyarakat di Indonesia yang bekerja dari rumah (*Work from Home*) dan mulai merasa bosan sehingga mencari kegiatan untuk keluar rumah tetapi ingin sekaligus meningkatkan stamina dan imun tubuh agar lebih sehat lagi dan memilih bersepeda. Selain itu ada juga faktor dari kecenderungan masyarakat untuk tidak menggunakan transportasi umum seperti ojek *online*, kereta, dan bis dikarenakan ingin menghindari resiko terkena virus Covid-19 di transportasi umum sehingga memanfaatkan bersepeda untuk mencapai tempat tujuan (CNBC, 2020).



Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : (DataIndustri, 2021)

Berdasarkan gambar 1.1 pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya, pada tahun 2021 ini pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 202,6 juta pengguna. Angka tersebut meningkat sekitar 15,5% dari tahun 2020 lalu. Diantaranya pengguna aktif media sosial terdapat 170 juta pengguna sampai saat ini dan menghabiskan waktu selama rata-rata 3 jam dan 14 menit pada *platform* media sosial (Riyanto, 2021). Dengan adanya peningkatan pengguna internet ini menjadikan *digital marketing* sebagai peluang yang sangat menguntungkan dikarenakan dapat menjangkau lebih banyak konsumen daripada pemasaran secara konvensional. Selain lebih luas jangkauan yang dapat dicapai tetapi juga lebih efisien dengan mengeluarkan biaya yang cenderung lebih sedikit dibanding dengan pemasaran secara konvensional. Lalu *digital marketing* juga lebih akurat dalam menggapai sasarannya dikarenakan perusahaan dapat menempatkan iklannya pada saat seseorang melakukan pencarian terhadap suatu produk yang berkaitan dengan produk yang akan diiklankan perusahaan sehingga orang tersebut menerima iklan yang dipasang perusahaan (Liputan6, 2020).

Salah satu platform yang sangat berpengaruh terhadap proses jual beli di Indonesia pada saat adanya pandemi COVID-19 ini adalah e-commerce. Di dalam e-commerce orang bisa menjual apapun barang yang ingin dijualnya dengan mudah, aman, dan cepat sehingga membuat e-commerce di Indonesia saat ini sangat digemari. Nilai transaksi e-commerce

juga terus bertambah dan sepanjang semester 1 2020 sudah naik 63,36% dan diperkirakan pada tahun 2021 akan menjadi 385 triliun atau naik lagi sebesar 48,4% dari tahun 2020 (Timorria, 2021).

Market share Industri sepeda di Indonesia setiap tahunnya meningkat rata-rata 10% setahun. Hal tersebut harus bisa dipertahankan oleh para pengusaha sepeda dengan cara menetapkan strategi pemasaran yang tepat yang dapat menarik minat konsumen. Strategi pemasaran yang harus dilakukan juga mendapatkan tantangan dikarenakan kondisi saat ini para pengusaha sepeda mengalami *over supply* tetapi respon dari konsumen sudah tidak sebesar pada pertengahan tahun 2020 lalu (wartakota, 2021).

Salah satu toko sepeda yang berusaha meningkatkan penjualannya dan memperetahankan peningkatan *market share* tiap tahunnya adalah Toko Sepeda Majuroyal, yang berlokasi di kota Tangerang, Banten. Toko ini sudah berdiri sejak tahun 2007 di tempat yang sama dari bisnis tradisional dan kemudian sekarang sudah mulai mengikuti perkembangan digital saat ini. Toko Sepeda Majuroyal juga tidak hanya fokus pada penjualan sepeda merk lokal saja tetapi juga menjual berbagai merk luar negeri dan selain sepeda juga menjual berbagai alat-alat dan komponen sepeda sehingga membuat toko menjadi lengkap hampir menjual seluruh hal yang berhubungan dengan sepeda.

Sebagai *marketing staff intern*, saya berusaha mendalami keadaan sekaligus situasi yang sedang terjadi dan berjalan saat ini sehingga saya bisa berkontribusi dalam menyusun strategi pemasaran yang cocok diterapkan pada saat ini. Tujuannya adalah meningkatkan *brand awareness* pada masyarakat dan memasarkan produk produk yang dijual di Toko Sepeda Majuroyal pada masyarakat luas agar meningkatnya penjualan.

Mengingat pentingnya menyusun strategi pemasaran dalam industri sepeda saat ini, maka penulis terangsang untuk melakukan penelitian dan perencanaan mengenai pemasaran yang dapat dilakukan saat ini. Penulis juga ingin berkontribusi langsung dalam melaksanakan pemasaran yang akan dilakukan selama menjalani praktik kerja magang dengan tujuan mengembangkan bisnis Toko Sepeda Majuroyal. Penulis menyusun dan

membuat laporan dengan judul “Implementasi Proses *Marketing* di Toko Sepeda Majuroyal”.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1. Maksud Kerja Magang

Maksud dilakukannya kerja magang ini oleh penulis dikarenakan untuk memenuhi penilaian mata kuliah *internship* yang terdiri dari 4 sks sebagai salah satu syarat dan ketentuan lulus S1 dari Universitas Multimedia Nusantara. Mahasiswa yang mengambil mata kuliah *internship* diwajibkan untuk melakukan praktek kerja magang minimal selama 60 hari kerja dan minimal 1 hari kerja selama 8 jam.

Penulis juga ingin menjadikan praktik kerja magang ini sebagai sarana penyaluran teori-teori yang sudah dipelajari selama kuliah ke dalam dunia kerja langsung. Penulis berharap dapat berkontribusi dalam proses pelaksanaan kerja di Toko Sepeda Majuroyal.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilakukannya praktek kerja magang di Toko Sepeda Majuroyal adalah sebagai berikut :

- a) Dapat mengimplementasikan teori-teori yang sudah dipelajari pada waktu kuliah ke dalam dunia pekerjaan.
- b) Dapat berkontribusi langsung terhadap kinerja Toko Sepeda Majuroyal.
- c) Dapat memenuhi dan melengkapi salah 1 syarat dan ketentuan lulus sarjana S1 di Universitas Multimedia Nusantara.
- d) Dapat lulus pada mata kuliah *internship*.
- e) Dapat membantu menyusun dan melaksanakan perencanaan strategi pemasaran di Toko Sepeda Majuroyal.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : Toko Sepeda Majuroyal

Bidang Usaha : Menjual Sepeda dan alat-alatnya

Waktu Pelaksanaan : 12 Juli 2021 – 15 Oktober 2021

Hari Kerja : Senin – Jumat, Sabtu

Waktu Kerja : 13.00 – 21.00 WIB

Posisi Magang : *Marketing Staff*

Alamat : Jalan Permata Niaga 3 No. 56, Ruko Taman Royal 1&3. Tanah Tinggi. Tangerang. Banten. RT/RW : 003/015

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis sudah melakukan prosedur yang harus dilakukan sebelum melakukan praktik kerja magang di Toko Sepeda Majuroyal, terbagi menjadi 3 tahap, yaitu :

1) Tahap Awal

- Penulis mencari lowongan kerja magang di bagian *marketing and business development* melalui kerabat dan juga internet.
- Penulis diberikan rekomendasi oleh kerabat untuk mengajukan permohonan lowongan kerja magang di Toko Sepeda Majuroyal.
- Penulis melakukan pengisian formulir permohonan kerja magang KM-01 dan juga meminta tanda tangan kepada Ketua Program Studi Manajemen.

- Penulis mengajukan transkrip nilai sementara ke bagian *Student Service* Universitas Multimedia Nusantara untuk membuat surat pengantar kerja magang KM-02.
- Penulis mengirimkan fomulir permohonan kerja magang KM-01 dan transkrip nilai sementara ke Ibu Widya untuk mengajukan surat pengantar kerja magang KM-02.
- Setelah itu Penulis membawa surat pengantar kerja magang KM-02 dan melakukan *interview* dengan Bapak Jonathan selaku *Head of Marketing* Toko Sepeda Majuroyal.
- Penulis diterima menjadi karyawan magang yang diposisikan sebagai *Marketing Staff* di Toko Sepeda Majuroyal.

2) Tahap Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- Penulis mengirimkan surat keterangan diterima untuk praktik kerja magang kepada pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan formulir KM-03 sampai KM-07.
- Penulis mulai melaksanakan praktik kerja magang pada tanggal 12 Juli 2021.
- Penulis diterangkan *job desk*, aturan yang berlaku, dan hal lainnya.
- Penulis mengikuti bimbingan magang yang dilakukan oleh dosen pembimbing yang sudah ditentukan.
- Penulis mengisi absensi harian serta aktivitas dan kegiatan apa saja yang dilakukan saat melaksanakan praktik kerja magang setiap minggunya.

3) Tahap Akhir Praktik Kerja Magang

- Penulis menyusun dan membuat laporan kerja magang sesuai dengan ketentuan yang sudah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
- Penulis mengumpulkan semua dokumen dan laporan kerja magang kepada dosen pembimbing untuk di pengesahan.
- Penulis melakukan sidang kerja magang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul “Implementasi Proses *Marketing* di Toko Sepeda Majuroyal” adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada BAB I penulis menjelaskan industri sepeda secara keseluruhan, pokok permasalahan apa saja yang akan diangkat, maksud dan tujuan praktik kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II Gambaran Umum Perusahaan

Pada BAB II penulis menjelaskan informasi mengenai profil perusahaan secara umum, seperti sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan. Di BAB II ini akan berguna menjadi landasan teori penulis untuk menyusun laporan kerja magang.

BAB III Pelaksanaan Kerja Magang

Pada BAB III penulis menjelaskan seluruh aktivitas dan kegiatan yang dilakukan selama menjalani praktik kerja magang, seperti tugas-tugas yang diberikan, hasil dari tugas yang diberikan, serta juga kendala yang ditemukan selama praktik kerja magang dilakukan.

BAB IV Kesimpulan dan Saran

Pada BAB IV penulis menuliskan kesimpulan selama menjalani praktik kerja magang yang sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat penulis. Serta memberikan saran berdasarkan kendala yang ditemukan selama menjalani praktik kerja magang.