

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri sepeda di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan yaitu sekitar 50 %. Dan dilansir dari Katadata.co.id. pada tahun 2020 sejumlah platform e-commerce di Indonesia menyatakan bahwa penjualan sepeda yang mencapai empat kali lipat sejak pandemic terjadi.

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Selama Tahun 2020 Melalui Platform E-Commerce

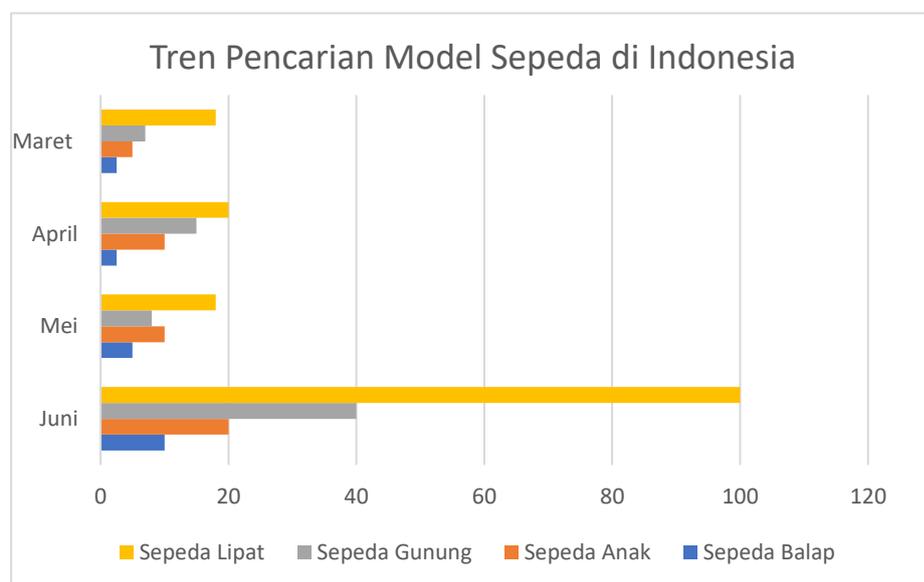
Platform E-Commerce	Peningkatan penjualan	Sumber
Bukalapak	5 kali lipat	Katadata.co.id
Tokopedia	3 kali lipat	Katadata.co.id
Shopee	3 kali lipat	Katadata.co.id
Blibli	2,5 kali lipat	Katadata.co.id

Sumber: katadata.co.id tahun 2020

Menurut Head of Corporate Communication Bukalapak Intan Wibisono mengatakan dalam data internal perusahaan, bersepeda sudah menjadi tren di era new normal. Terlihat dari data penjualan sepeda di platform Bukalapak mencatatkan peningkatan yang signifikan yakni 5 kali lipat pada bulan Juni dan Juli. Dan yang populer untuk kategori produk di Bukalapak adalah sepeda lipat, sepeda gunung dan aksesoris. Dan penjualan sepedapun terjadi peningkatan pada *e-commerce* Tokopedia, menurut AVP of Business Tokopedia David Kartono mengatakan konsumen Tokopedia sangat antusias bersepeda di masa pandemic. Hal ini terlihat bahwa penjualan produk dan aksesoris di platform Tokopedia meningkat sebesar 3 kali lipat antara Maret dan Juni 2020. Menurut data internal Tokopedia yang paling banyak dicari saat pandemic adalah sepeda

lipat, sepeda gunung dan sepeda anak. Peningkatan penjualan sepeda pun terjadi di Shopee yang dimana, menurut Public Relations Lead Shoopee Aditya Maulana Noverdi mengatakan pencarian produk sepeda hampir mencapai 3 kali lipat dimasa pandemic dibanding kan sebelumnya. Data internal Shoopee mencatat bahwa permintaan mauapaun penjualan terhadap produk sepeda meningkat secara signifikan untuk berbagai jenis sepeda seperti sepeda jalan, sepeda gunung, sepeda lipat, sepeda fixie dan lainnya. Peningkatan pembeli sepedapun terjadi pada *platform* Blibli, menurut Vice President Business Development and Project Manager Blibli Cindy Kalengsang mengatakan Blibli melihat peningkatan 2,5 kali lipat dalam transaksi sepeda selama pandemi, meningkat pada Maret 2020.

Berdasarkan sebuah studi oleh meta-search Iprice, selama pandemic jumlah pemesanan sepeda meningkat sebanyak 50% dan pengguna sepeda di Ibu Kota meningkat menjadi 1000% pada minggu pertama Juli 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2019. Dan Search Interest di Google Trends mengalami peningkatan pada produk sepeda.



Gambar 1.1 Tren Pencarian Model Sepeda di Indonesia

Sumber: Iprice.co.id 2020

Trend pencarian sepeda pada 1 Maret hingga 21 Juli 2020 meningkat sebesar 900%. Sepeda gunung menjadi search interest dengan peningkatan sebesar 680 % dari 1 Maret Hingga 21 Juli 2020. Sepeda lipat 644%, sepeda anak 142% mulai 1 Maret 2020 dan Road bike 300% dalam periode yang sama.

Di daerah Tangerang industry sepeda sendiri berkembang secara pesat. 5 tahun terakhir sudah terdapat kurang lebih 15 toko sepeda yang berdiri di daerah Gading serpong, BSD, Alam sutera dan sekitarnya.

Tabel 1.2 Penjualan Sepeda Selama Tahun 2020 Melalui Platform E-Commerce

Toko	Lokasi	Pelayanan
Bikestop Indonesia	Serpong	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i> 3. <i>Food and Beverages</i>
Spin Warriors	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Cyclo.inc	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Bike Guru	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i> 3. <i>Spa</i>
BluBox	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Rif Garage	BSD	1. <i>Shop</i>
In Bunker	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Rodalink	Serpong	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Build A Bike	Alam Sutera	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Tekno Bike	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Roda Dua	Alam Sutera	1. <i>Shop</i>
Bites n Bikes	Alam Sutera	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i> 3. <i>Food and Beverages</i>

Specialized	BSD	1. <i>Shop</i>
Bagus Bike	BSD	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>
Merdeka Bike	Serpong	1. <i>Service</i> 2. <i>Shop</i>

Sumber; Bikestop Indonesia 2020

Di daerah Gading Serpong sendiri terdapat beberapa toko sepeda yang dimana sering sekali di kunjungi oleh pelanggan untuk melakukan service dan membeli perlengkapan sepeda. Salah satunya yaitu Bikestop Indonesia yang merupakan toko sepeda yang berlokasi di Gading Serpong, yang menyediakan beberapa service dan juga toko, seperti contohnya dalam service di Bikestop Indonesia terdapat service sepeda dan cuci sepeda. Untuk tokonya sendiri di Bikestop Indonesia terdapat aksesoris untuk sepeda, apparel dan juga memiliki coffee shop.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam kegiatan kerja magang ini, penulis bertujuan untuk;

1. Memahami aktivitas *marketing* khususnya pada bidang *personal selling, promotion, digital marketing, direct marketing* pada Bikestop Indonesia.
2. Memperoleh pengalaman di dunia kerja.
3. Mempelajari seputar kegiatan dokumentasi dan editing.
4. Mempelajari *marketing promotion* untuk kegiatan Bikestop Indonesia.
5. Untuk mengetahui dan memahami berbagai macam pekerjaan yang berada di Bikestop Indonesia

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang sebagai *Sales and Marketing* di Bikestop Indonesia Gading serpong dilaksanakan oleh penulis kurang lebih 60 hari yang dimulai dari tanggal 17 July 2021 hingga 17 September 2021. Waktu pelaksanaan magang ini mengikuti ketentuan yang di buat dari Universitas

Multimedia Nusantara yaitu mahasiswa wajib melakukan kegiatan magang kurang lebih 60 hari atau sesuai ketentuan dari perusahaan tempat magang. Waktu kerja magang dimulai sejak adanya KM 02. Waktu kerja magang yang dilakukan oleh penulis yaitu 5 hari dalam seminggu yaitu Senin, Kamis, Jumat, Sabtu dan Minggu. Dikarenakan penulis masih harus menghadiri kelas di hari Selasa dan Rabu.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada awal proses kerja magang ini penulis mencari beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan *Marketing, Business Development* dan *Business Consultant*. Penulis mencarinya melalui media online seperti mencari di [jobstreet.co.id](http://jobstreet.co.id), [teachasia.com](http://teachasia.com), [loker.id](http://loker.id), dan [glints.com](http://glints.com). Dan saat mencari di [loker.id](http://loker.id) Bikestop Indonesia sedang mencari beberapa karyawan baru untuk *internship* dan penulis pun mengirimkan *curriculum vitae* melalui email pada tanggal 2 July 2021. Lalu akhirnya mendapatkan balasan *e-mail* dari pihak Bikestop Indonesia pada tanggal 12 July 2021 mendapatkan kabar bahwa penulis lanjut ketahap selanjutnya yaitu sesi *interview* pada tanggal 13 July 2021 pukul 13.00 WIB di Bikestop Indonesia.

Pada saat *interview*, penulis diminta untuk memperkenalkan diri dan menceritakan tentang pengalaman kerja maupun organisasi yang dilakukan di kampus. *Interview* tersebut menghabiskan kurang lebih satu setengah jam dan proses *interview* bersifat semi formal. Tiga hari setelahnya penulis mendapatkan kabar bahwa dirinya telah diterima untuk melakukan magang di divisi *Sales and Marketing* di Bikestop Indonesia.