



# STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MEMBER TAHUNAN PENGGUNA SEPEDA

Muhafidz Ahmad Halim - 03 Februari 2023

# DAFTAR ISI

LATAR BELAKANG DAN TUJUAN

ALAT DAN DATA

KARAKTERISTIK PELANGGAN

KESIMPULAN

REKOMENDASI

# LATAR BELAKANG DAN TUJUAN

Strategi pemasaran Cyclistic

- Strategi pemasaran yang digunakan sebelumnya adalah menarik konsumen dengan jangkauan yang luas.
- Terdapat 3 jenis sepeda, total 5800 buah sepeda, dan 600 dok stasiun di Chicago.
- Dua tipe pelanggan
  - Casual (tiket sekali jalan & seharian penuh)
  - Member (anggota tahunan)
- Tujuan: **Merancang strategi baru untuk meningkatkan jumlah pelanggan member tahunan dengan melihat karakteristik kedua tipe pelanggan.**

# ALAT DAN DATA

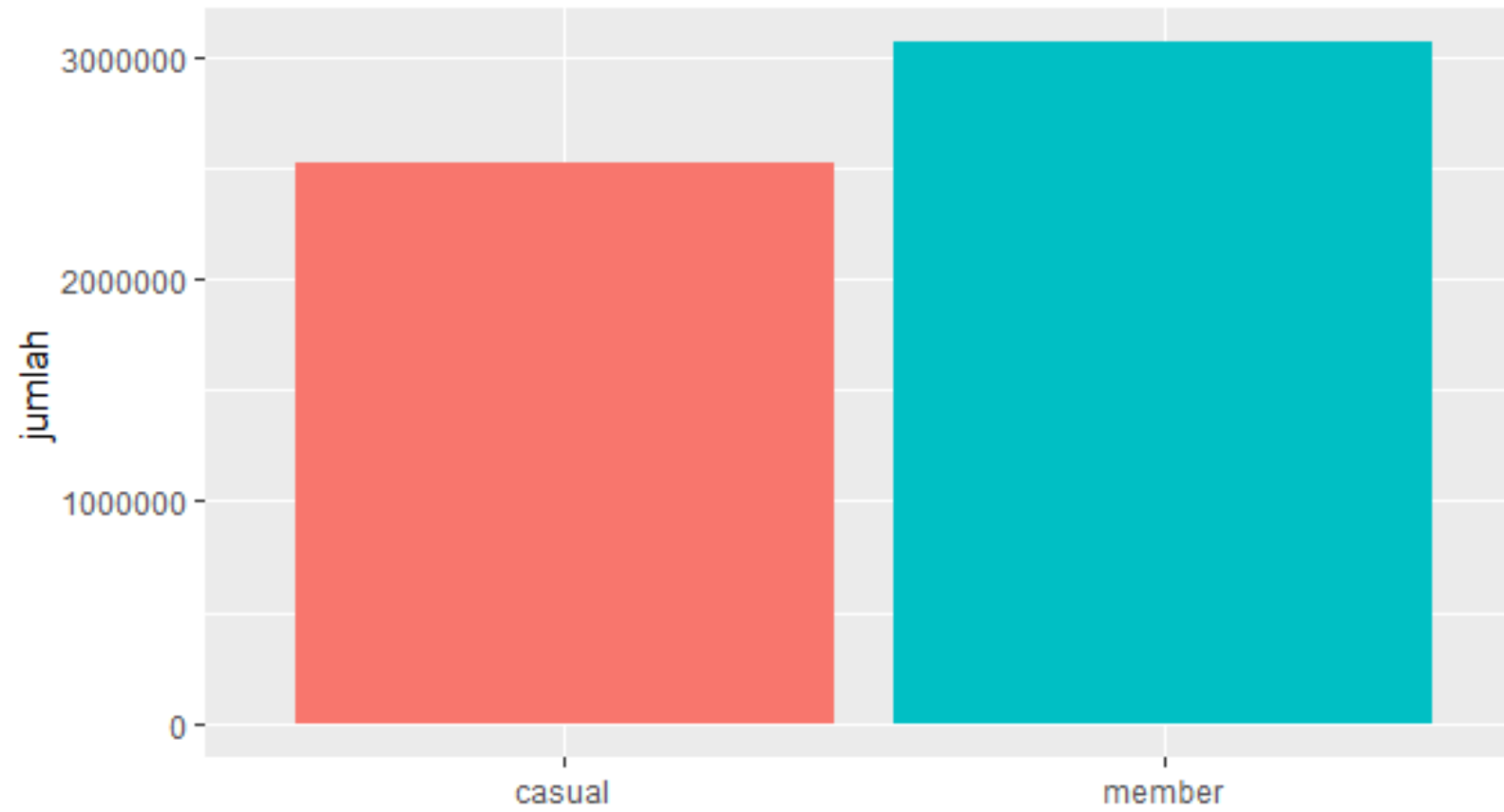
Alat dan bahan untuk analisis

- Data historis penggunaan sepeda tahun 2021.
- Data disediakan oleh Motivate International Inc.
- Tools yang digunakan adalah **Bahasa Pemrograman R**.
- Data yang mengandung nilai kosong dihapus.
- Tidak ada duplikasi pada data.

# KARAKTERISTIK PELANGGAN

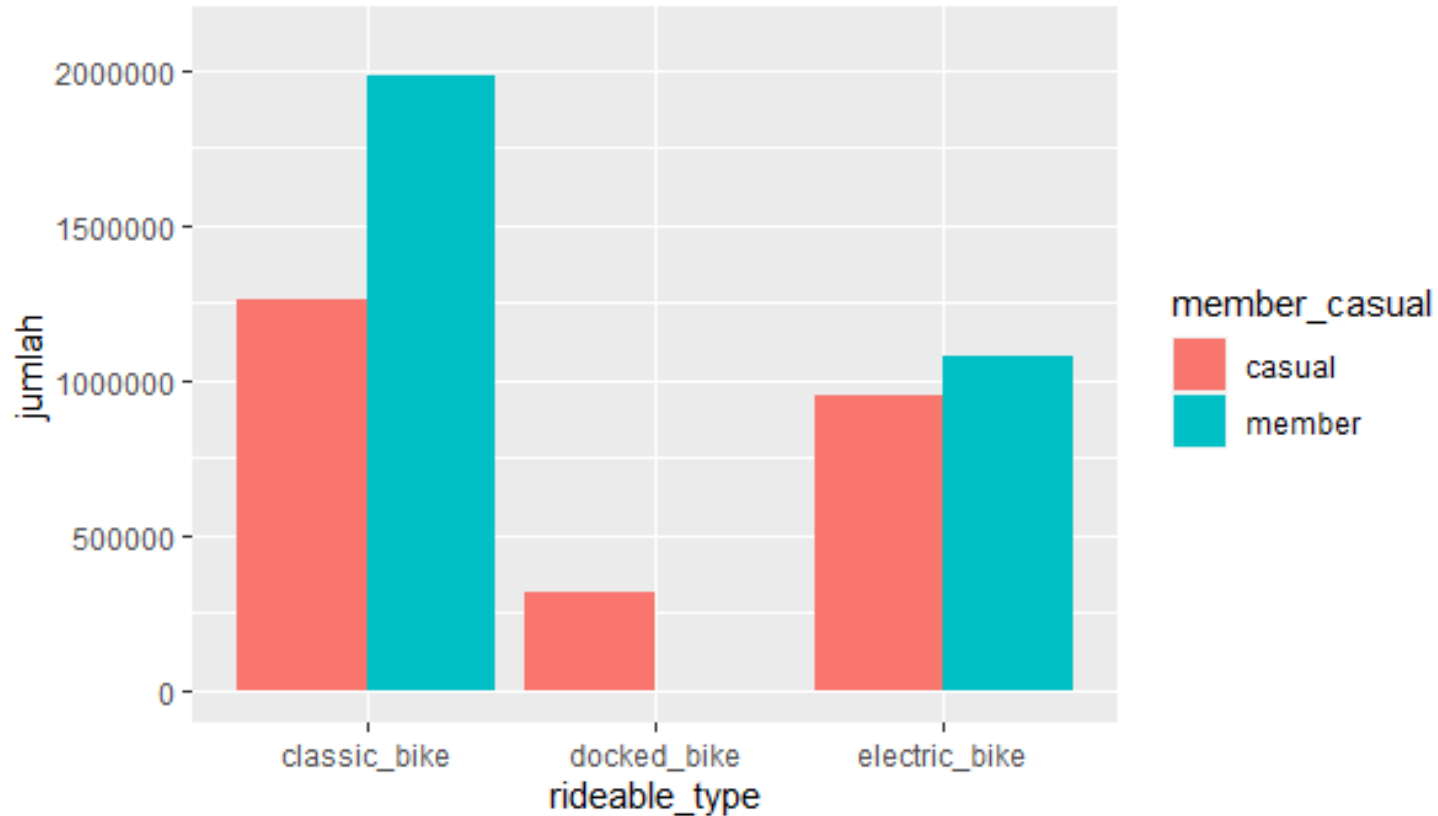
Analisis tren dan pola data

# PERBANDINGAN JUMLAH PENGGUNAAN SEPEDA TIAP TIPE PENGGUNA





# JUMLAH PENGGUNAAN JENIS SEPEDA



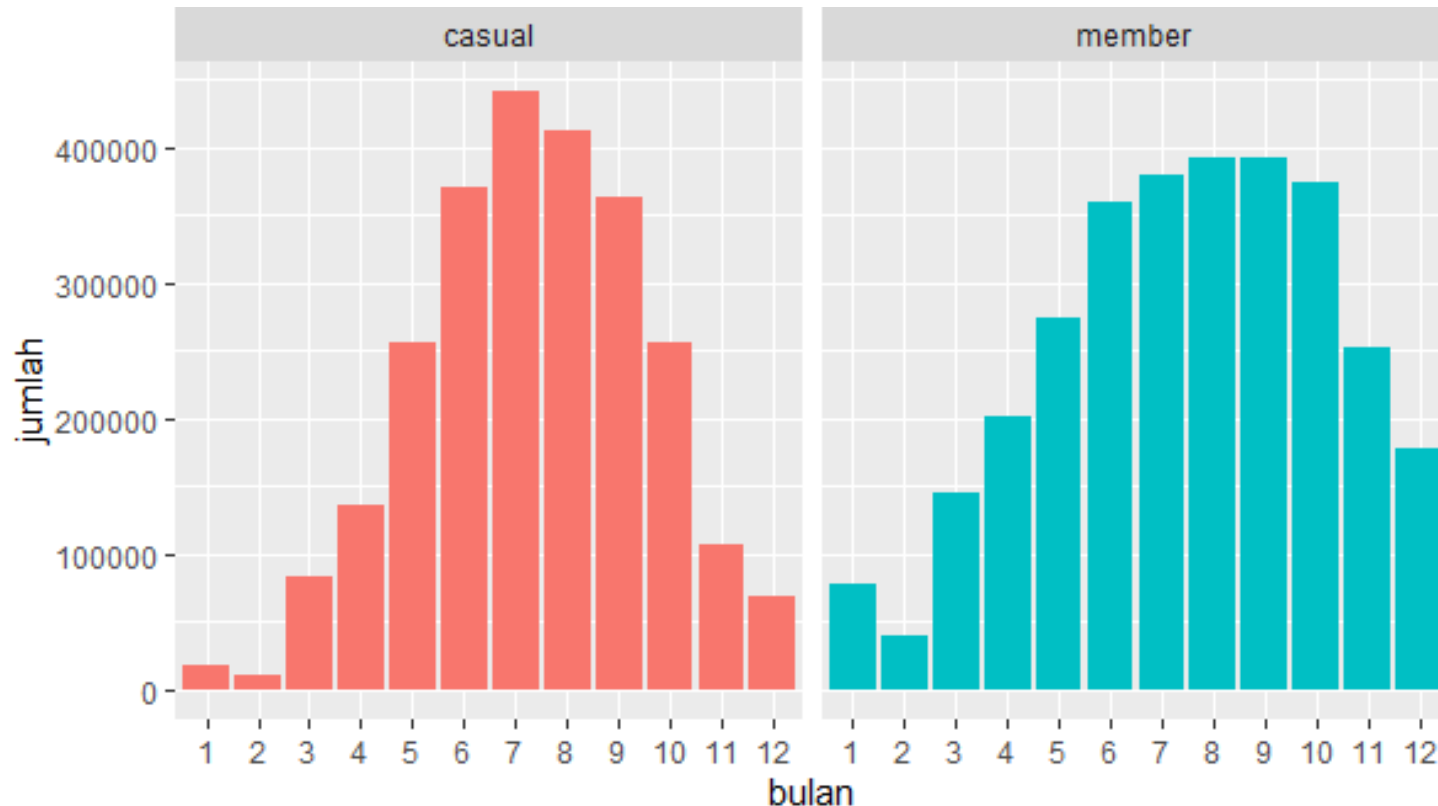
Pengguna lebih banyak menggunakan jenis **sepeda klasik**, baik pelanggan casual maupun member.

Hal ini bisa jadi karena **70%** pengguna **menggunakan sepeda untuk bersantai**,

dan **30%** pengguna **menggunakan untuk pergi ke tempat bekerja**.

**Sepeda jenis *docked\_bike* memiliki pengguna paling sedikit.**

# TREN PENGGUNAAN SEPEDA TIAP BULAN

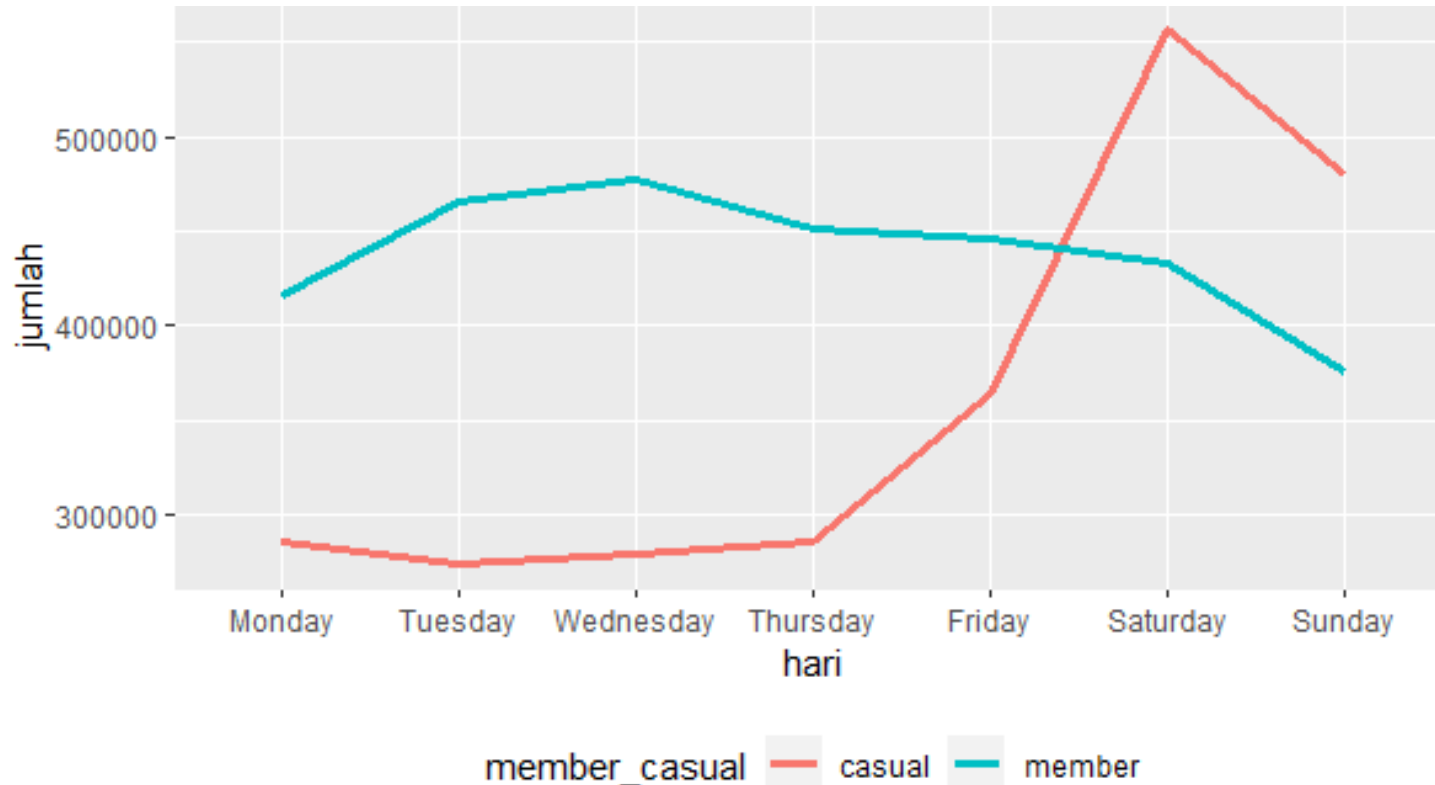


Pengguna lebih banyak menggunakan sepeda pada **kuartal ketiga** pada tahun 2021, atau bertepatan dengan musim panas.

Namun pada **kuartal satu, kuartal kedua dan keempat**, pengguna **member lebih banyak** dibandingkan pengguna casual.

**Pengguna casual menurun drastis di kuartal satu, dan empat.**

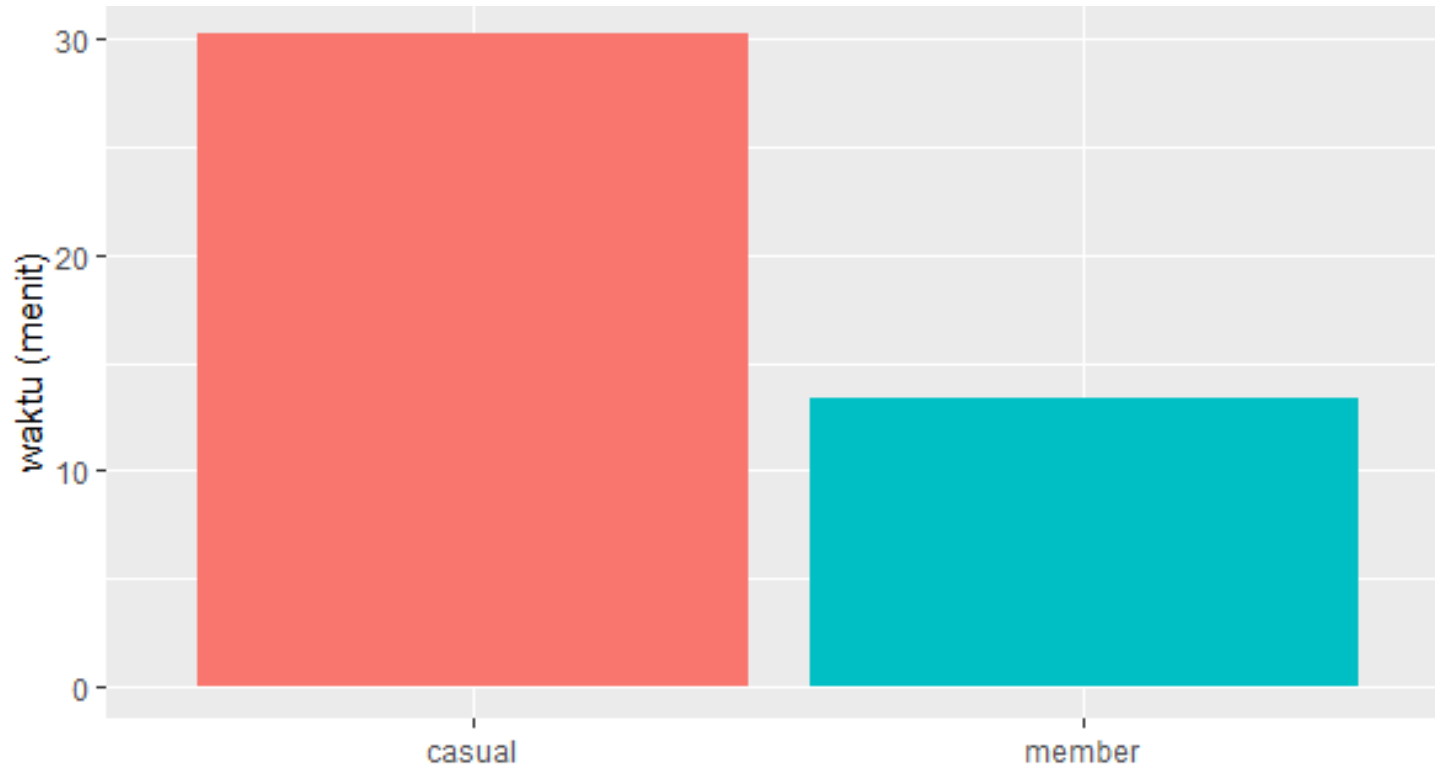
# TREN PENGGUNAAN SEPEDA TIAP HARI



Ketika weekday, pengguna member lebih banyak menggunakan sepeda dibanding pengguna casual. Sedangkan ketika weekend, pengguna casual meningkat melebihi pengguna member.

Namun pengguna member tidak mengalami kenaikan atau penurunan secara drastis pada setiap harinya. Sedangkan pengguna casual jauh lebih ramai ketika weekend dan menuju weekend.

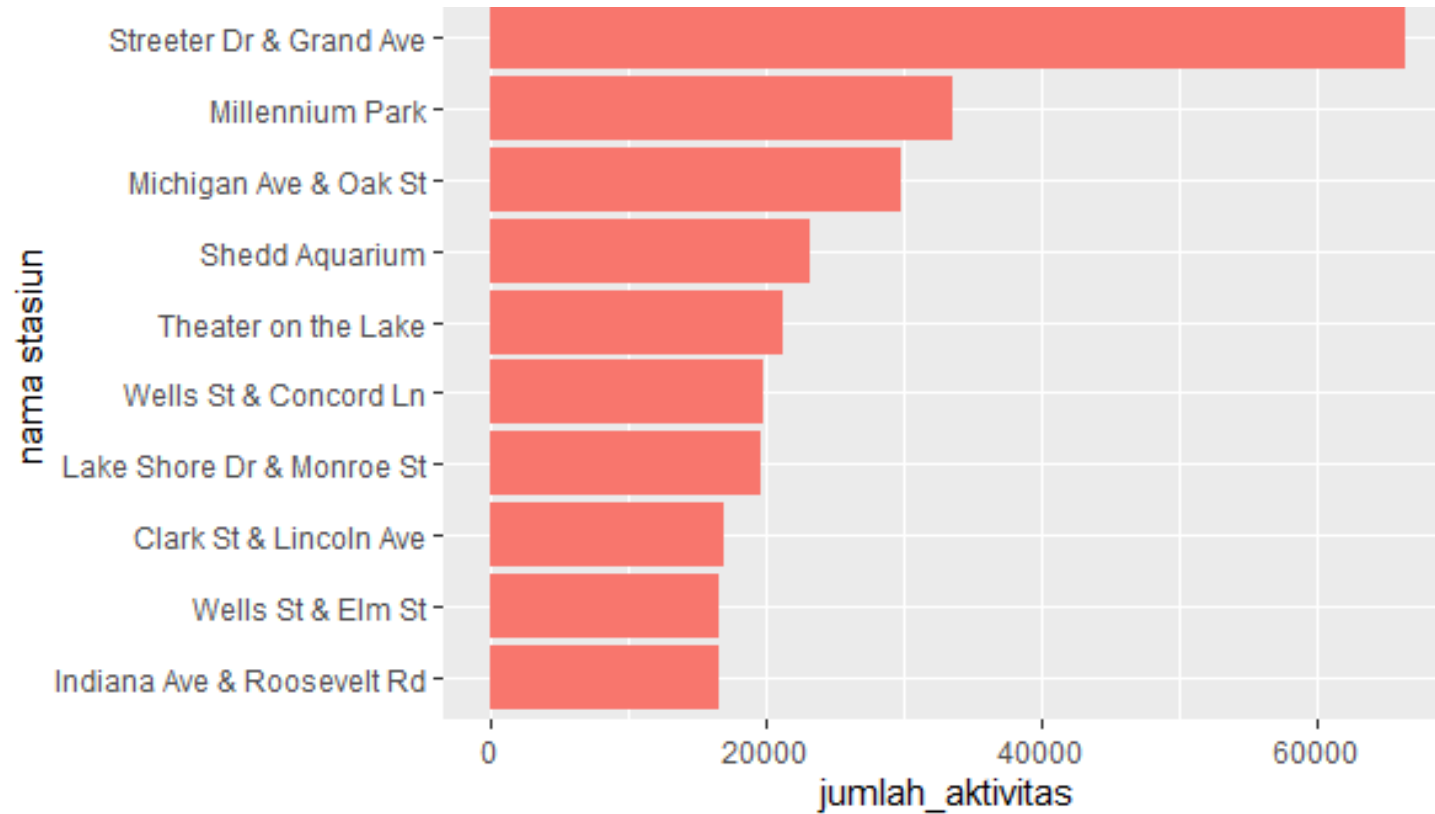
# RATA-RATA WAKTU PENGGUNAAN SEPEDA TIAP PENGGUNA



Pengguna member cenderung menggunakan sepeda lebih singkat.

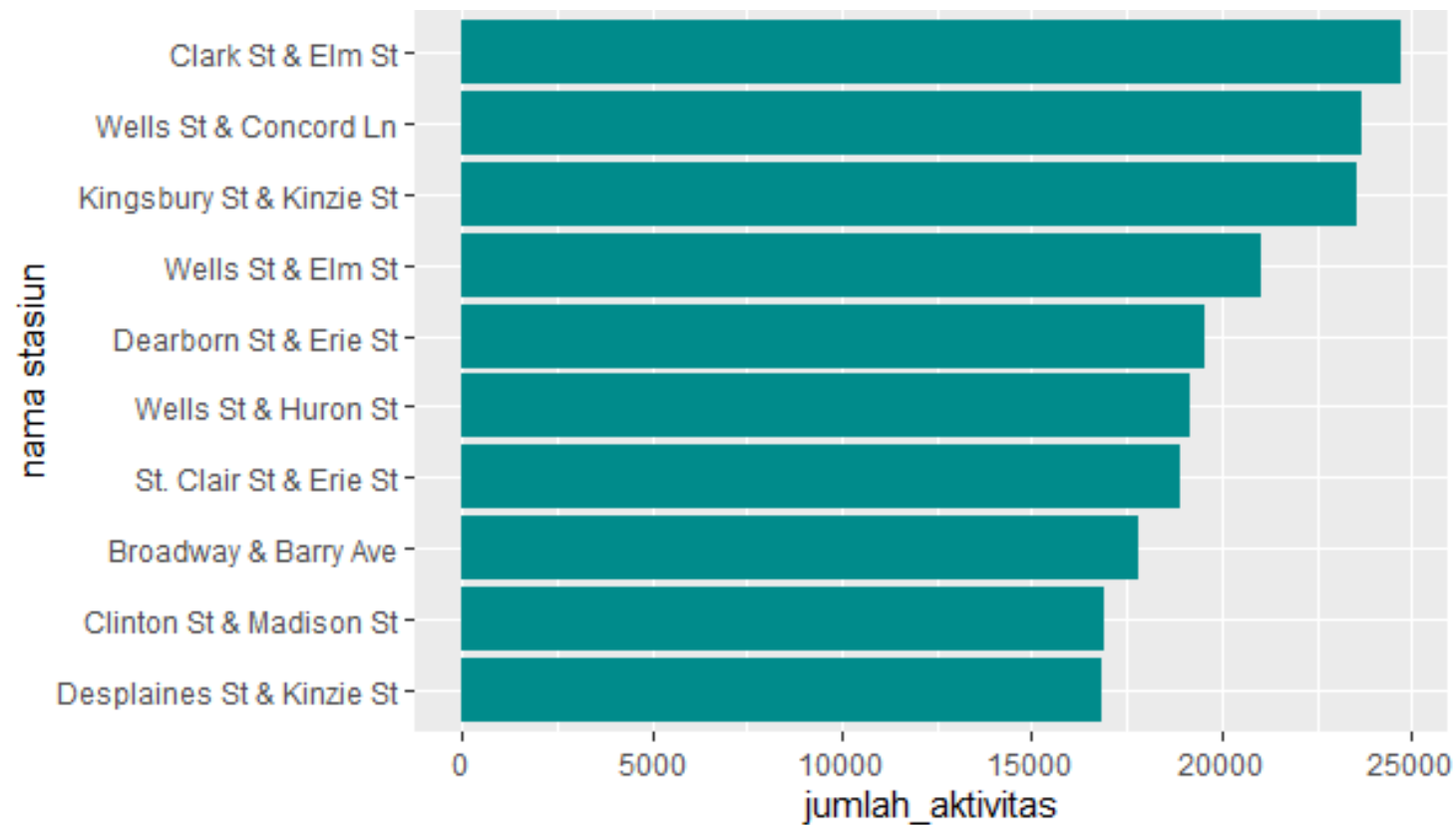
Sedangkan pengguna casual cenderung menggunakan sepeda dengan waktu yang lebih lama.

# STASIUN PALING BANYAK DIGUNAKAN PENGGUNA CASUAL



Pengguna casual paling banyak berasal dari Stasiun Streeter Dr & Grand Ave.

# STASIUN PALING BANYAK DIGUNAKAN PENGGUNA MEMBER



Pengguna member paling banyak  
berasa dari Stasiun :

- Clark St & Elm St,
- Wells St & Concord Ln,
- Kingsbury St & Kinzie St.

# KESIMPULAN

Ringkasan hasil temuan analisis

- Pengguna casual dan member **lebih sering menggunakan sepeda klasik**, dan sangat **jarang menggunakan sepeda jenis *docked\_bike***.
- Pengguna **casual melonjak naik pada kuartal kedua (musim panas) dan kuartal ketiga (musim gugur)** tahun 2021, kemudian **turun drastis pada kuartal pertama (musim semi) dan kuartal keempat (musim dingin)** tahun 2021.
- Pengguna **casual melonjak naik ketika weekend** dibandingkan ketika weekday (hari kerja). Sedangkan pengguna member cenderung stabil setiap harinya, hanya turun sedikit ketika weekend, berbanding terbalik dengan pengguna casual.
- Pengguna **casual cenderung menggunakan sepeda dalam waktu yang lebih lama** dibanding pengguna member dalam satu sesi.
- Pengguna **casual paling banyak berasal dari stasiun Streeter Dr & Grand Ave.** Kemudian stasiun Millennium Park dengan selisih jumlah kurang dari setengah stasiun Streeter Dr & Grand Ave.



# REKOMENDASI

Saran tindakan yang bisa dilakukan

## REKOMENDASI UNTUK MENINGKATKAN MEMBER TAHUNAN:

- Fokus pada promosi **sepeda klasik dan sepeda elektrik**, dan jangan fokus mempromosikan sepeda jenis *docked\_bike*.
- Lakukan kampanye member tahunan pada **awal musim panas (kuartal kedua) hingga akhir musim gugur (kuartal ketiga)**.
- Kampanye member tahunan lebih digencarkan **setiap menuju weekend**.
- Maksimalkan kampanye member tahunan di **stasiun Streeter Dr & Grand Ave**.

## REKOMENDASI LAINNYA:

- Sediakan opsi langganan bulanan atau musiman. Karena mayoritas pengguna casual menggunakan sepeda di musim panas hingga musim gugur.

A series of white, thin, intersecting lines on a black background, creating a complex geometric pattern that resembles a stylized 'X' or a network of paths.

# THANK YOU

Muhafidz Ahmad Halim

[muhafidz.ahmad@gmail.com](mailto:muhafidz.ahmad@gmail.com)

<https://www.linkedin.com/in/muhafidz-ahmad-halim/>



8 Courses

Dasar-dasar Analitik Data:  
Data, Data di Mana-mana

Ajukan Pertanyaan untuk  
Mengambil Keputusan  
Berdasarkan Data

Mempersiapkan Data untuk  
Eksplorasi

Memproses Data dari Kotor  
ke Bersih

Menganalisis Data untuk  
Menjawab Pertanyaan

Berbagi Data Melalui Seni  
Visualisasi

Analisis Data dengan  
Pemrograman R

Proyek Akhir Analitis Data  
Google: Selesaikan Sebuah  
Studi Kasus



Dec 4, 2022

**Muhafidz Ahmad Halim**

has successfully completed the online, non-credit Professional  
Certificate

## Analitik Data Google

Mereka yang mendapatkan Sertifikat Analitik Data Profesional Google telah menyelesaikan delapan materi yang dikembangkan oleh Google, yang mencakup penilaian berbasis praktik langsung, dan dirancang untuk mempersiapkan mereka dalam melamar berbagai posisi pemula dalam Analitik Data. Mereka kompeten dalam menggunakan berbagai alat dan platform termasuk aplikasi spreadsheet, SQL, Tableau, dan R. Mereka memahami cara menyiapkan, memproses, menganalisis, dan berbagi data untuk bertindak secara matang.

The online specialization named in this certificate may draw on material from courses taught on-campus, but the included courses are not equivalent to on-campus courses. Participation in this online specialization does not constitute enrollment at this university. This certificate does not confer a University grade, course credit or degree, and it does not verify the identity of the learner.

Amanda Brophy  
Global Director of  
Google Career  
Certificates

Verify this certificate at:  
[https://coursera.org/verify/profession  
al-cert/784AHJ4ZWAE2](https://coursera.org/verify/professional-cert/784AHJ4ZWAE2)