

AMAZON WEB SERVICES

SaaS Sales 2020-2023

Ega Adiwena

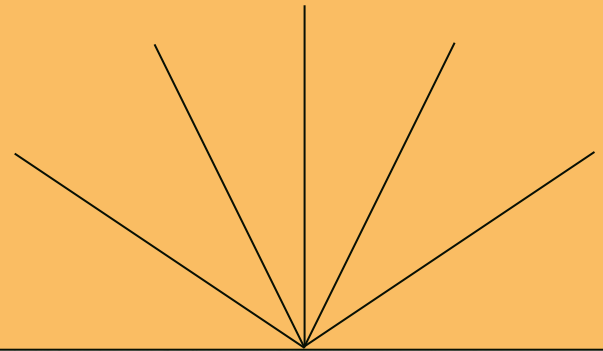
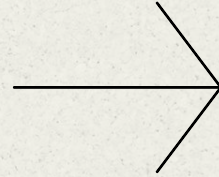


TABLE OF CONTENTS

O1	SECTION	→	Overview, permasalahan, dan tujuan
----	---------	---	------------------------------------

O2	SECTION	→	Pemahaman dan pembersihan data
----	---------	---	--------------------------------

O3	SECTION	→	Analisis data dan pembahasan
----	---------	---	------------------------------

O4	SECTION	→	Rekomendasi
----	---------	---	-------------

SECTION

01.

Overview

Presentasi ini akan menyajikan analisis mendalam mengenai evolusi penjualan produk Software as a Service (SaaS) milik perusahaan Amazon Web Services (AWS) selama periode 2022-2023, mencakup tren pasar, strategi pemasaran, dan kendala yang dihadapi.

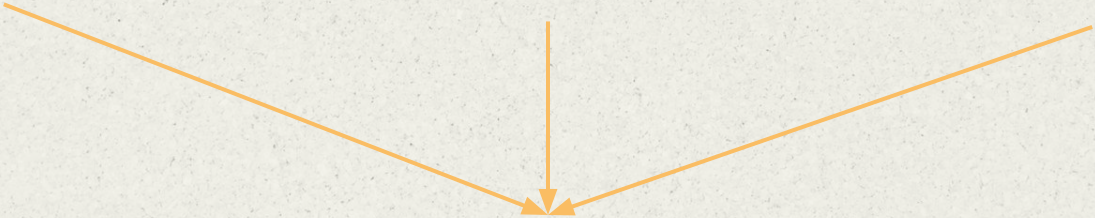
Tujuan utama dari *project* ini adalah untuk mendukung tim pengembangan produk dalam mengatasi tantangan dan mencapai tujuan terkait inovasi produk. Ini termasuk memperoleh wawasan mengenai tren penjualan, mengidentifikasi peluang peningkatan produk, dan mengembangkan strategi produk yang efektif.

Problems

Seperti apa distribusi
pelanggan SaaS?

Bagaimana tren
penjualan sepanjang
2020-2023?

Seperti apa performa
penjualan produk SaaS?



**Peningkatan penjualan dan
profit untuk perusahaan**

Goals



Implementasi strategi
penetrasi pasar yang
terukur



Evaluasi produk guna
memaksimalkan
pendapatan dan
profitabilitas



Penentuan strategi
penjualan yang paling
efektif

SECTION

02.

Data Understanding and Checking



Product	Outlier (-)	Outlier (+)	No Outlier
Alchemy	0.00	95.59	4.41
Big Ol Database	2.61	81.74	15.65
ChatBot Plugin	0.00	2.14	97.86
ContactMatcher	4.18	48.26	47.56
Data Smasher	0.39	22.06	77.55
FinanceHub	4.08	27.73	68.20
Marketing Suite	12.72	37.72	49.56
Marketing Suite - Gold	3.90	21.39	74.70
OneView	0.00	36.48	63.52
SaaS Connector Pack	0.10	22.78	77.12
SaaS Connector Pack - Gold	0.00	11.02	88.98
Site Analytics	3.49	32.06	64.45
Storage	0.00	2.76	97.24
Support	0.19	9.55	90.26

Outlier Checking

Analisis outlier dilakukan terhadap setiap produk, dengan fokus pada variabel numerik seperti penjualan, diskon, profit, dan kuantitas.

Perhitungan outlier didasarkan pada kuartil pertama (Q1), kuartil kedua (Q2), dan rentang interkuartil (IQR).

Dihasilkan **outlier negatif**, **outlier positif**, dan produk **tanpa outlier**.

Data Distribution

Uji **Shapiro-Wilk** dilakukan untuk mencari pola distribusi pada kolom-kolom numerik

Distribusi sales -> Tidak normal

Distribusi discount -> Tidak normal

Distribusi profit -> Tidak normal

Distribusi quantity -> Tidak normal

Data yang tidak normal mengindikasikan adanya **ketidakseragaman** atau loncatan dalam data

Data Conversion

Kolom 'Order Date' dalam dataset awalnya merupakan format string, merepresentasikan tanggal sebagai 'mm/dd/yyyy'

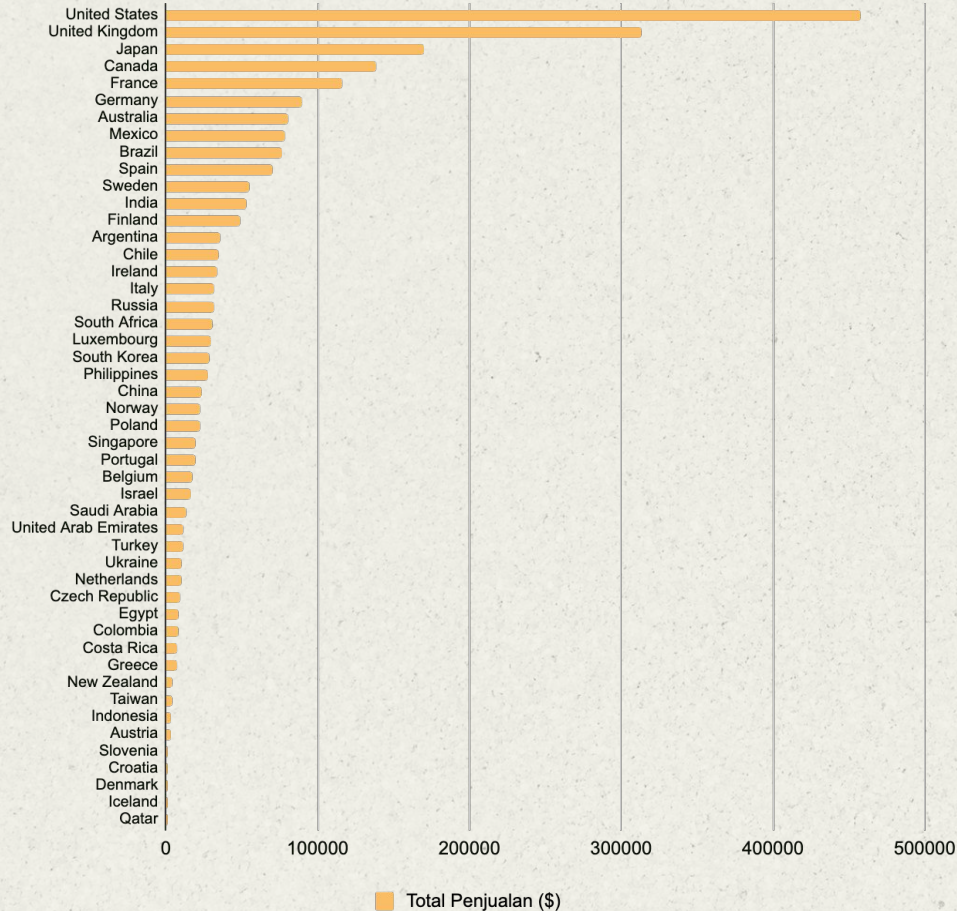
Setelah dilakukan normalisasi format data, atribut "Tahun" dan "Bulan" diekstrak untuk membatasi ruang lingkup analisis periode waktu.

'yyyy/mm'

SECTION

03.

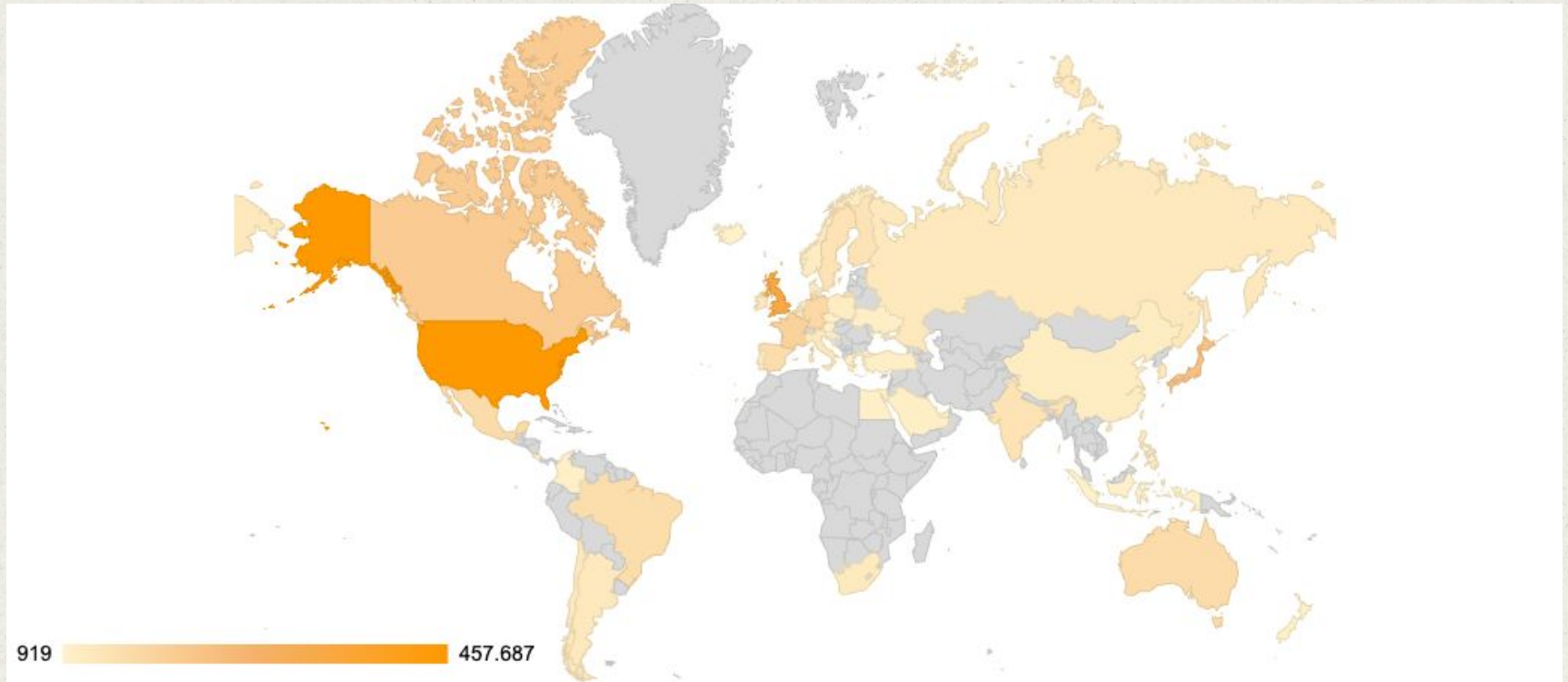
Analisis Segmentasi Penjualan



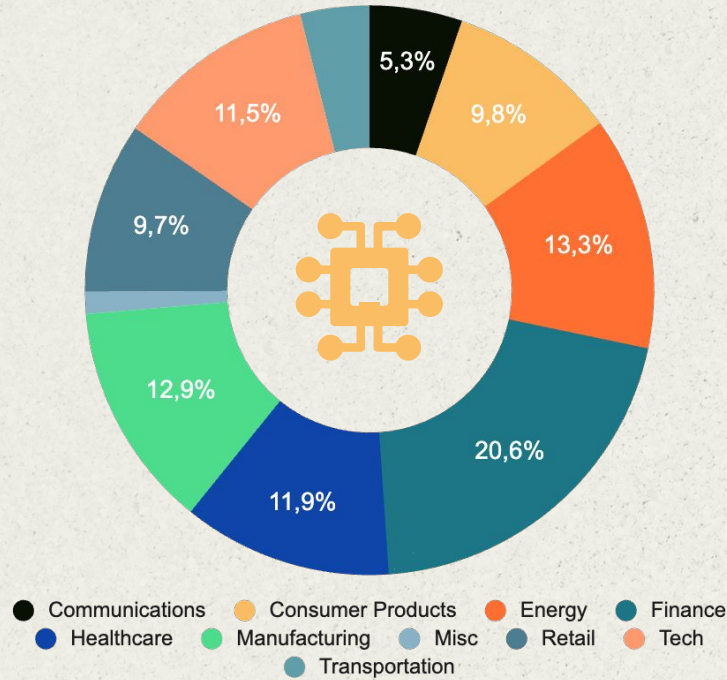
Segmentasi Demografi

- Demografi penduduk yang luas dan perkembangan teknologi yang pesat menjadikan **United States** sebagai pasar dengan volume penjualan terbesar
- Seiring berkembangnya teknologi AI, produk **ContactMatcher** mendominasi pasar di Amerika Serikat dengan penjualan tertinggi
- Dari segi penjualan, kota **New York** jauh melampaui **Tampa**, yang menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kedua kota
- Tingkat adopsi produk SaaS di **Qatar** relatif rendah

Heatmap Penjualan Produk SaaS



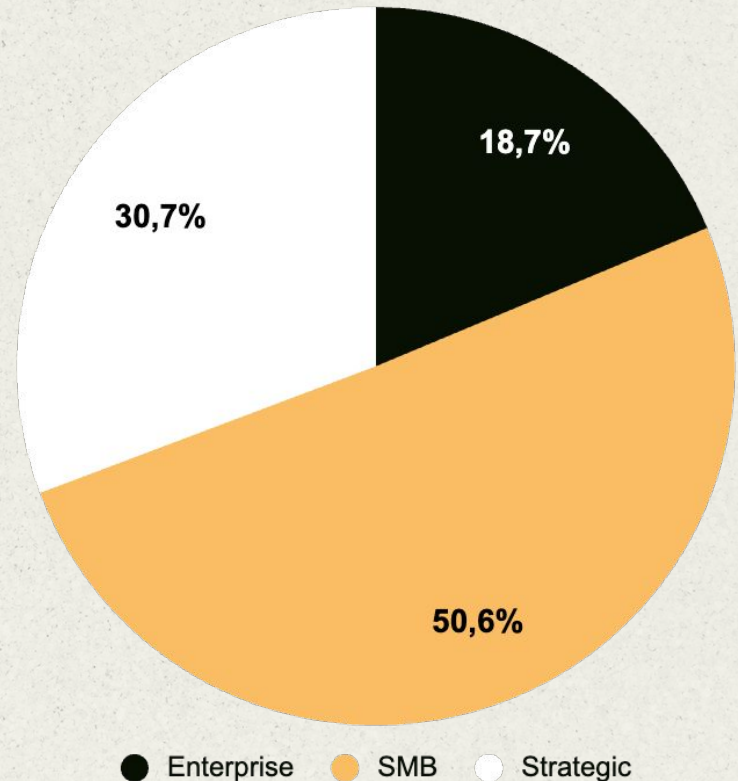
Segmentasi Industri



- Industri **Finance** memiliki penetrasi produk SaaS tertinggi, diikuti oleh industri **Energi** dan **Manufaktur**
 - Kemampuan SaaS dalam mengintegrasikan **data**, menjaga **keamanan**, dan memberikan **skalabilitas** menjadikannya solusi yang ideal untuk sektor **Finance**
 - Sektor lainnya atau **Misc** mencatat volume penjualan terendah, disusul oleh sektor **Transportation** dan **Communications**
 - Rendahnya penetrasi pasar industri **Transportasi** dapat dikaitkan dengan keterbatasan **infrastruktur** dan kompleksitas **birokrasi** yang berlaku
-

Segmentasi Jenis Customer

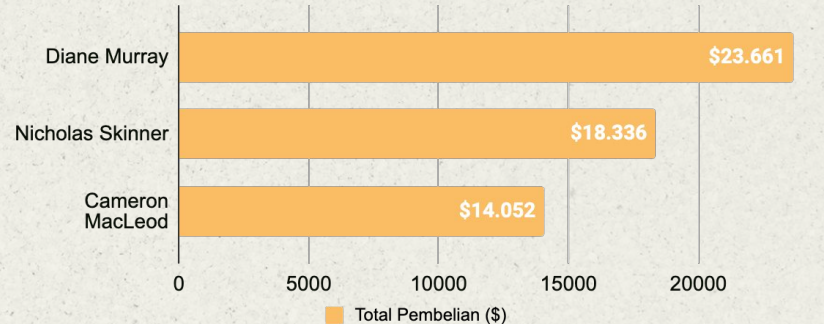
- Segmen Small Medium Business atau **SMB** merupakan kontributor terbesar bagi pendapatan produk SaaS
- Dengan **biaya** yang terjangkau, **kemudahan** penggunaan, dan **fleksibilitas**, produk SaaS memungkinkan SMB untuk bersaing dan mencapai pertumbuhan yang lebih cepat
- **Kompleksitas** sistem yang ada dan tuntutan akan **kontrol** yang lebih besar di segmen **Enterprise** menjadi tantangan tersendiri dalam meningkatkan penjualan





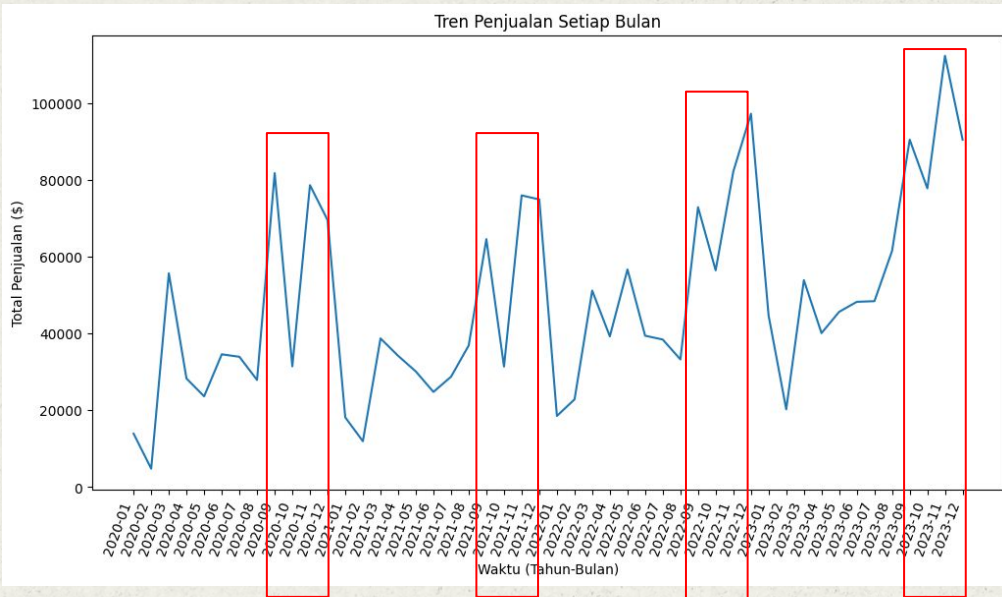
Segmentasi Pelanggan

Pelanggan atas nama **Diane Murray** asal **Jerman** berhasil meraih posisi puncak sebagai pelanggan dengan kontribusi pembelian terbesar, dengan total transaksi mencapai **\$23.662**



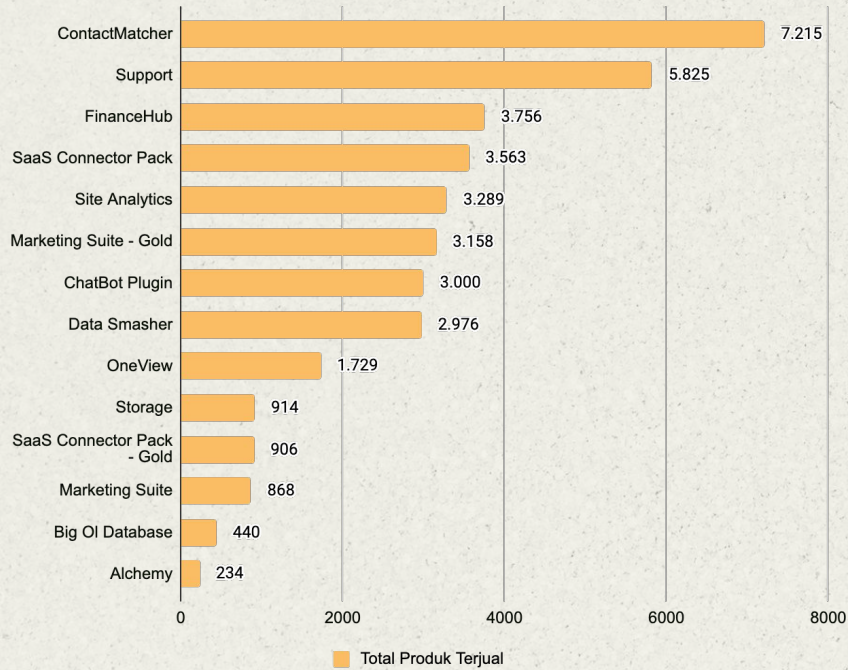
Analisis Penjualan Produk

Tren Penjualan



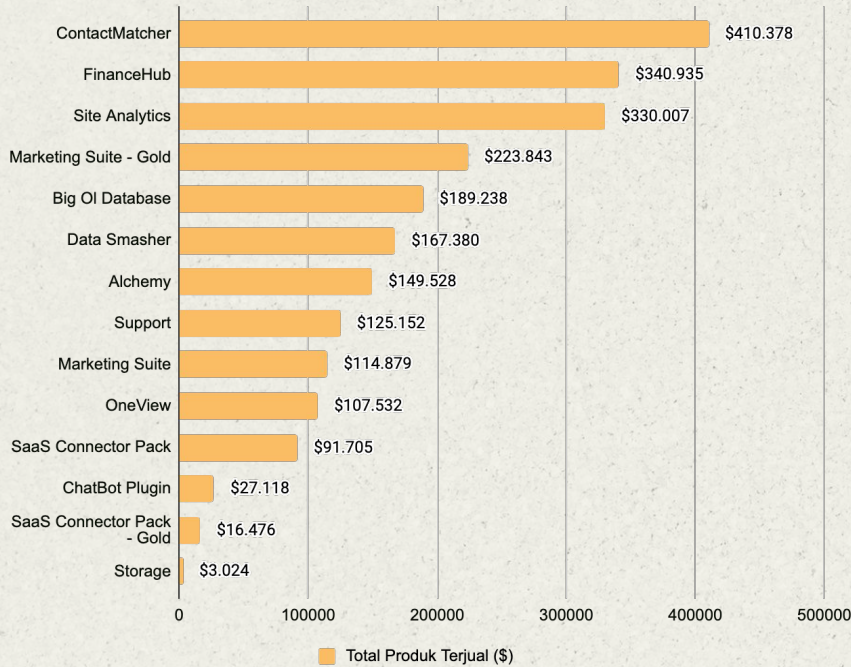
- Tren penjualan produk SaaS mengalami **kenaikan** dari awal tahun 2020 menuju akhir tahun 2023
- Terdapat kenaikan penjualan secara konsisten pada **kuartal ketiga**. Fenomena ini diduga kuat berkaitan dengan aktivitas **penutupan buku** dan upaya **optimalisasi** perusahaan menjelang akhir tahun fiskal
- Penurunan penjualan pada **kuartal pertama** dapat dikaitkan dengan **siklus anggaran tahunan perusahaan**, di mana alokasi dana untuk investasi dalam teknologi seperti software seringkali ditunda

Jumlah Produk Terjual



- Produk **ContactMatcher** mendominasi penjualan produk SaaS. Diikuti oleh **Support** dan **Finance Hub**.
 - Hasil ini menunjukkan adanya kebutuhan yang signifikan akan perangkat lunak yang dapat mengoptimalkan proses pengelolaan data kontak, serta menyediakan fitur analisis data keuangan yang komprehensif.
 - Terdapat kesenjangan yang signifikan antara kinerja penjualan produk **Alchemy** dengan produk SaaS lainnya.
-

Performa Penjualan Produk



- Produk **ContactMatcher** secara konsisten mendominasi pangsa pasar produk SaaS. Diikuti oleh **FinanceHub** dan **Site Analytics**
- Meskipun volume penjualan produk **Storage** tidaklah sedikit, namun produk ini memiliki kontribusi penjualan terendah dengan total penjualan sebesar \$3.024

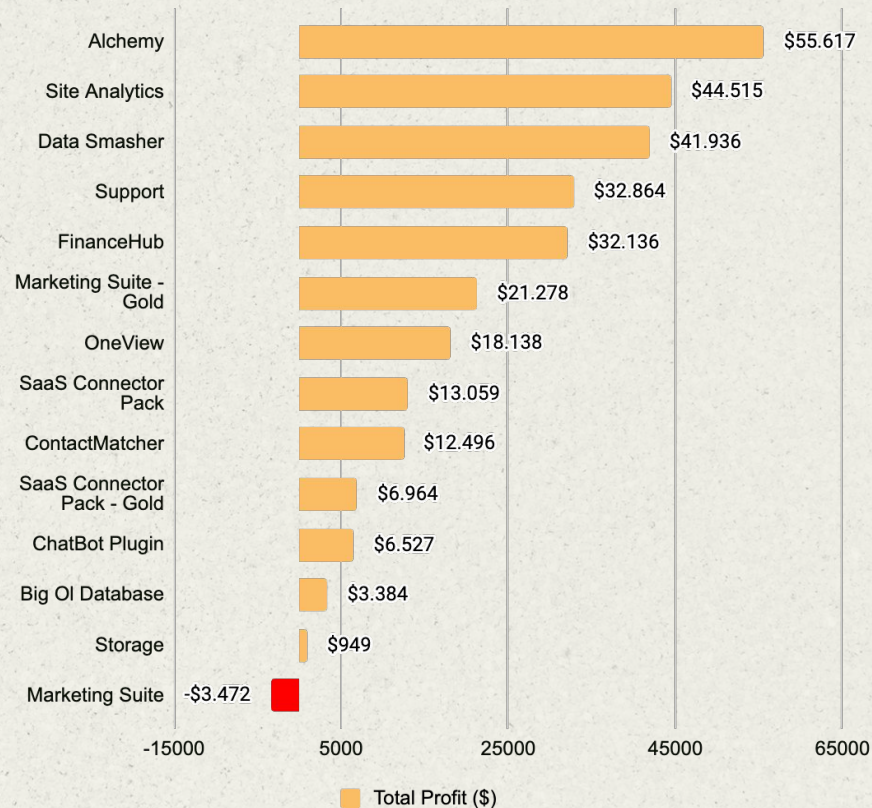
Rendahnya **harga jual** produk **Storage** menjadi salah satu faktor yang berkontribusi pada rendahnya hasil penjualan

Analisis Profit

- Produk **Alchemy** memberikan kontribusi terbesar terhadap total keuntungan, diikuti oleh **Site Analytic** dan **Data Smasher**.

Hal ini menunjukkan bahwa **strategi pemasaran** yang telah diterapkan untuk produk Alchemy sangat efektif

- Penjualan produk **Marketing Suite** mengalami defisit sebesar \$3.472,56. Salah satu kontributor utama defisit ini adalah kebijakan pemberian **diskon** yang terlalu agresif.



Analisis Korelasi

Uji Korelasi Spearman

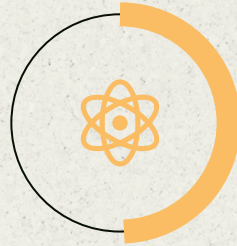
Kuat



Profit - Sales

Peningkatan **Sales** secara umum akan berbanding lurus dengan peningkatan **Profit**

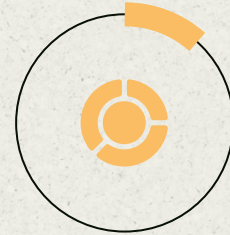
Negatif



Profit - Discount

Ketika nilai **Discount** diberikan semakin besar, maka nilai **Profit** cenderung menurun

Lemah



Sales - Discount

Diberikannya **Discount** tidak ada hubungan yang jelas dan signifikan terhadap peningkatan **Sales**

SECTION

04.



Penyesuaian Produk untuk Penetrasi Global

Agar produk atau layanan diterima dengan baik di negara dengan perkembangan teknologi yang berbeda, kita perlu **menyesuaikan** produk dengan kondisi **lokal**.

Dengan memastikan **kualitas** dan **relevansi** produk pada negara tujuan, kita dapat memaksimalkan peluang keberhasilan dan mendapatkan kepercayaan pelanggan di **pasar internasional**.

Program Loyalty Benefit dan Referral

Melalui **program loyalitas**, kita ingin membangun **hubungan** jangka panjang dengan pelanggan. Dengan memberikan **penghargaan** yang sesuai, kita berharap pelanggan akan merasa lebih terikat dengan merek kita dan enggan beralih ke kompetitor.

Program **referral** dapat mendorong pelanggan yang puas untuk **merekomendasikan** bisnis kita kepada orang lain dengan menawarkan hadiah sebagai imbalan.





Alokasi Dana untuk Pengembangan Produk

Diperlukan alokasi anggaran khusus untuk **pengembangan** produk dan kegiatan **pemasaran**, terutama untuk produk dengan volume penjualan yang rendah seperti **Alchemy** dan **Big Ol Database**

Evaluasi Harga Produk

Perlu dilakukan analisis mendalam terhadap harga produk Saas, khususnya produk **Storage**, untuk menemukan titik harga optimal guna dapat meningkatkan pendapatan.

Evaluasi Pemberian Diskon

Sebagai upaya untuk menjaga **stabilitas harga**, pemberian **diskon** akan diberikan secara selektif kepada pelanggan yang melakukan **pembayaran penuh** di muka untuk pembelian dalam **jumlah besar**.

“Rule number 1 is never lose
money, rule number 2 is
never forget rule
number 1”

— Warren Buffett

THANKS!

DO YOU HAVE ANY QUESTIONS?

egadiwena@gmail.com
+62 8111 0811 40



CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, and includes icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**

