

LAPORAN PRAKTIKUM PERTEMUAN TERAKHIR PENGANTAR TEKNOLOGI INFORMASI PERTEMUAN 10



Disusun oleh:

Nama: Achmad Zahran Syach Utina
NIM: 1242002090

Prodi : Pengantar Teknologi Informasi

Dosen Pembimbing: Zakiul Fahmi Jailani S.Kom., MSc.

Asisten Dosen: Hafidzah Dea Az Zahrah

SISTEM INFORMASI

Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer
Universitas Bakrie
Kawasan Rasuna Epicentrum Jl. HR Rasuna Said Kav C– 22, Kuningan, Jakarta
Selatan.
Website: <http://www.bakrie.ac.id/2023>

- **Laporan Analisis di Word**

Analisis Pengeluaran Pelanggan Wholesale

Channel	Region	Fresh	Milk	Grocery	Frozen	Detergents_Paper	Delicassen	kategori	saluran distribusi
2	3	12669	9656	7561	214	2674	1338	fresh	Retail
2	3	7057	9810	9568	1762	3293	1776	milk	Retail
2	3	6353	8808	7684	2405	3516	7844	milk	Retail
1	3	13265	1196	4221	6404	507	1788	fresh	Retail
2	3	22615	5410	7198	3915	1777	5185	fresh	Horeca
2	3	9413	8259	5126	666	1795	1451	fresh	Retail
2	3	12126	3199	6975	480	3140	545	fresh	Retail
2	3	7579	4956	9426	1669	3321	2566	grocery	Retail
1	3	5963	3648	6192	425	1716	750	grocery	Retail
2	3	6006	11093	18881	1159	7425	2098	grocery	Horeca
2	3	3366	5403	12974	4400	5977	1744	grocery	Retail
2	3	13146	1124	4523	1420	549	497	fresh	Retail
2	3	31714	12319	11757	287	3881	2931	fresh	Retail
2	3	21217	6208	14982	3095	6707	602	fresh	Retail
2	3	24653	9465	12091	294	5058	2168	fresh	Retail
1	3	10253	1114	3821	397	964	412	fresh	Retail
2	3	1020	8816	12121	134	4508	1080	grocery	Horeca
1	3	5876	6157	2933	839	370	4478	milk	Retail
2	3	18601	6327	10099	2205	2767	3181	fresh	Horeca

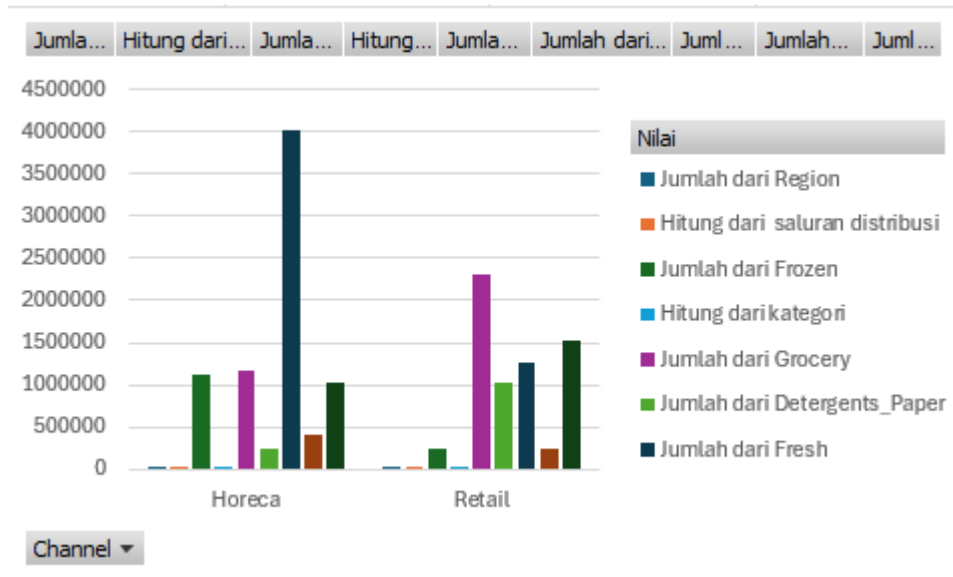
Table Data Wholesale Customers

Penjelasan: Diatas ini adalah table data Wholesale Customers yang sudah saya hitung nilai rata rata pengeluaran pelanggan di setiap kategori dan menentukan kategori dengan pengeluaran tertinggi untuk setiap pelanggan.

Label Baris	Jumlah dari Region	Hitung dari saluran distribusi	Jumlah dari Frozen	Hitung dari kategori	Jumlah dari Grocery	Jumlah dari Detergents_Paper	Jumlah dari Fresh	Jumlah dari Delicassen	Jumlah dari kategori
Horeca	748	298	1116979	298	1180717	235587	4015717	421955	
Retail	371	142	234671	142	2317845	1032270	1264414	248988	
Total Keseluruhan	1119	440	1351650	440	2498562	1267857	5280131	670943	

Pivot Table

Penjelasan: Diatas ini adalah Pivot Table yang mengelompokkan pelanggan berdasarkan saluran distribusi. Dari data ini terlihat bahwa: Sektor Horeca memiliki jumlah region dan saluran distribusi yang lebih besar dibanding Retail. Untuk kategori Grocery, Retail memiliki angka yang lebih tinggi. Kategori Fresh memiliki total nilai tertinggi dibanding kategori produk lainnya. Sektor Horeca dominan di kategori Fresh dan Delicassen. Sektor Retail lebih unggul di kategori Grocery dan Detergents_Paper

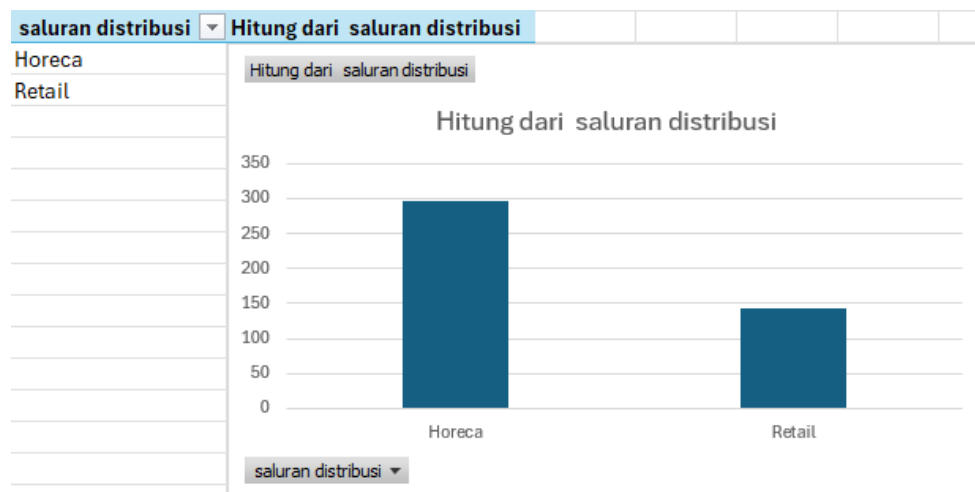


Bar Chart

Dan diatas ini saya telah memvisualisasikan data dalam bentuk grafik batang (bar chart) untuk membandingkan pengeluaran antar kategori.

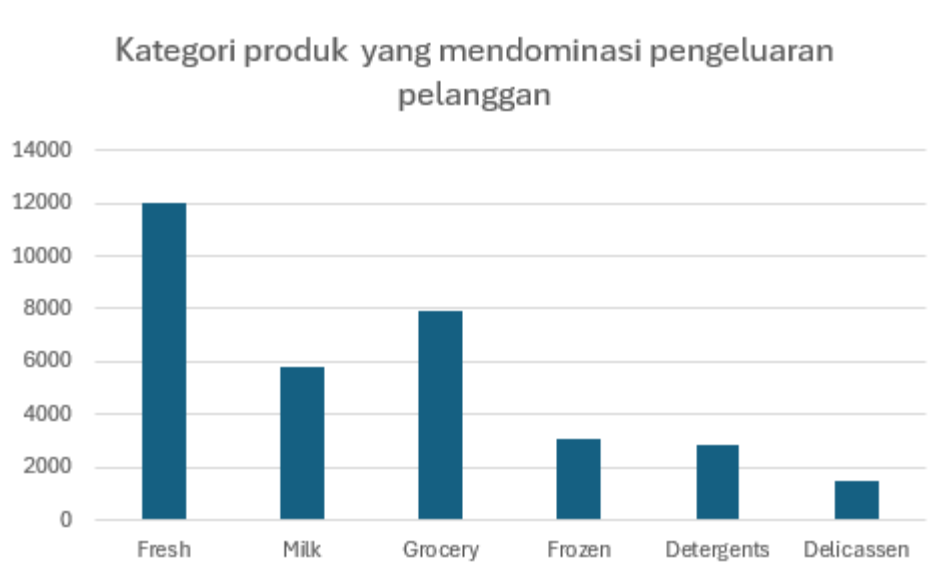
Lalu saya akan menuliskan analisis sebagai berikut:

a. Saluran distribusi mana yang paling banyak menghasilkan pendapatan?



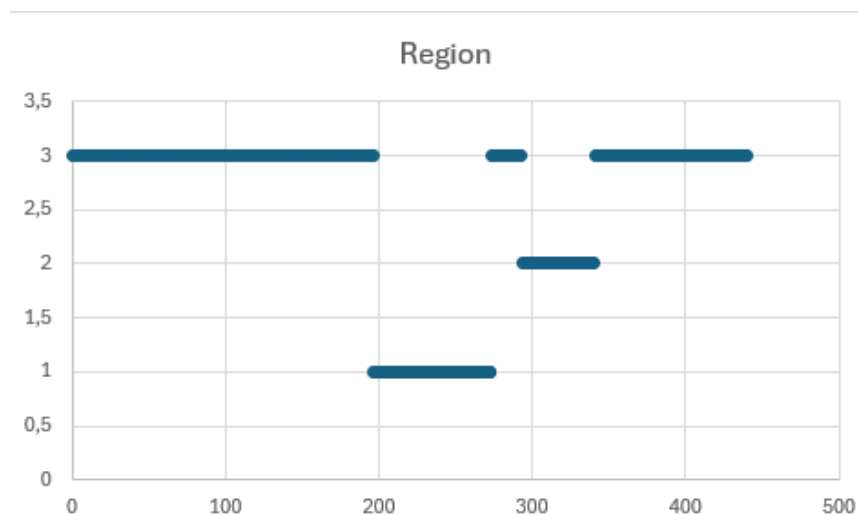
Penjelasan: Jadi berdasarkan tabel diatas saluran distribusi untuk kategori Horeca memiliki jumlah yang lebih tinggi yaitu sekitar 298 saluran distribusi dibandingkan dengan Retail yang hanya memiliki sekitar 142 saluran distribusi.

b. Kategori produk mana yang mendominasi pengeluaran pelanggan?



Penjelasan: Berdasarkan grafik batang diatas, dapat dilihat bahwa kategori produk Fresh mendominasi pengeluaran pelanggan dengan nilai tertinggi sekitar 12,000 unit (atau dalam ribuan bisa berarti 12,000,000).

c. Apa pola pengeluaran pelanggan berdasarkan wilayah (Region)?



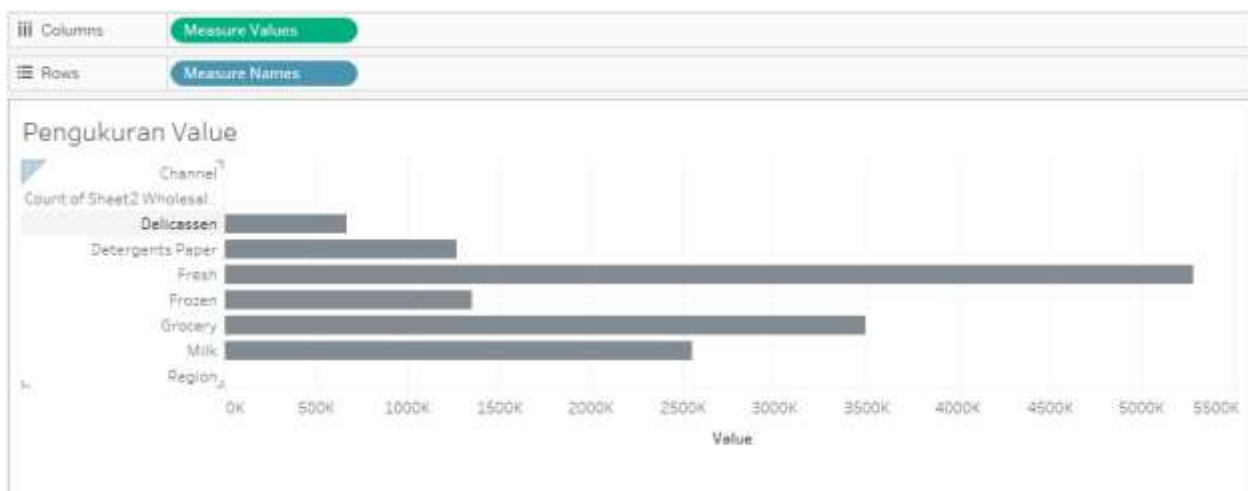
Penjelasan: Dari pola ini dapat disimpulkan bahwa:

- ❖ Mayoritas region memiliki tingkat pengeluaran yang relatif tinggi (level 3)

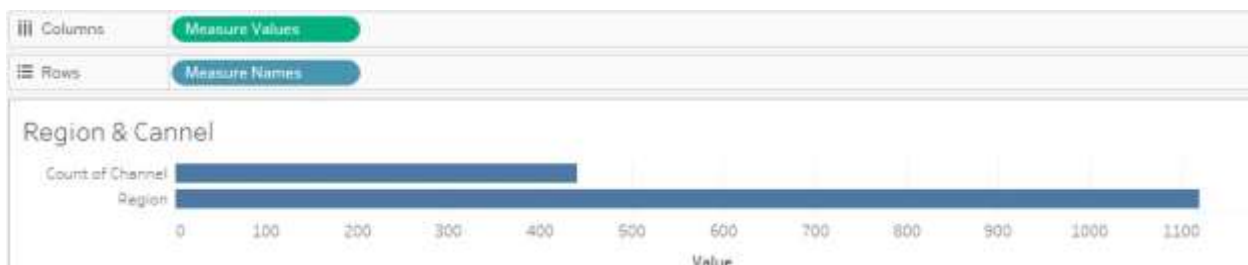
- ❖ Ada kesenjangan pengeluaran antar region, dengan beberapa region memiliki pengeluaran yang lebih rendah
- ❖ Distribusi pengeluaran tidak merata di semua region, dengan beberapa region menunjukkan pola pengeluaran yang berbeda dari yang lain.

• Visualisasi Interaktif di Tableau

1. Visualisasi pertama: Perbandingan pengeluaran pelanggan untuk setiap kategori produk.



2. Visualisasi kedua: Segmentasi pelanggan berdasarkan Region dan Channel.



- **Prompt Engineering dengan AIRPM**

Prompt: bantu saya untuk memberikan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan berdasarkan segmentasi pelanggan.

Hasilnya :

Berikut adalah strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan berdasarkan segmentasi pelanggan:

1. Segmentasi Pelanggan

Langkah awal adalah memahami segmen pelanggan. Gunakan data untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan faktor berikut:

- **Demografi:** Usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan.
- **Geografi:** Lokasi tempat tinggal, kota, atau negara.
- **Psikografi:** Gaya hidup, minat, nilai-nilai.
- **Perilaku:** Kebiasaan belanja, frekuensi pembelian, loyalitas merek.

2. Strategi Pemasaran Berdasarkan Segmen

a. Segmentasi Demografi

- **Remaja:** Gunakan media sosial populer seperti TikTok, Instagram. Tawarkan promo seperti diskon pelajar atau giveaway.
- **Profesional Muda:** Fokus pada kenyamanan dan efisiensi. Promosikan melalui LinkedIn atau kampanye email dengan penawaran eksklusif.
- **Keluarga:** Tekankan kualitas dan nilai jangka panjang. Gunakan promosi bundling produk.

b. Segmentasi Geografi

- Sesuaikan produk dan kampanye dengan kebutuhan lokal. Misalnya, tawarkan produk yang relevan dengan cuaca, budaya, atau acara lokal.
- Gunakan iklan berbasis lokasi (geo-targeting) untuk menarik pelanggan di daerah tertentu.

c. Segmentasi Psikografi

- **Pelanggan yang peduli lingkungan:** Soroti nilai keberlanjutan dan bahan ramah lingkungan.
- **Pelanggan gaya hidup mewah:** Gunakan strategi storytelling dengan visual yang elegan di platform premium.

d. Segmentasi Perilaku

- **Pelanggan loyal:** Berikan penghargaan seperti program loyalitas, diskon khusus, atau layanan VIP.
- **Pelanggan baru:** Tawarkan diskon pembelian pertama atau paket pengenalan.
- **Pelanggan yang tidak aktif:** Gunakan remarketing dengan penawaran khusus atau email pengingat.

3. Saluran Pemasaran yang Tepat

- **Media Sosial:** Gunakan untuk menjangkau audiens luas secara cepat.
- **Email Marketing:** Segmentasikan daftar email berdasarkan kebutuhan pelanggan.
- **E-commerce:** Optimalkan toko online dengan rekomendasi produk personal.
- **Iklan Berbayar (Ads):** Gunakan Google Ads dan Facebook Ads dengan target yang disesuaikan segmen.

4. Personalisasi Kampanye

Gunakan data pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang personal:

- Rekomendasikan produk berdasarkan riwayat belanja.
- Kirimkan ucapan ulang tahun beserta penawaran spesial.
- Gunakan nama pelanggan dalam komunikasi pemasaran.

5. Analisis dan Evaluasi

- Pantau performa setiap kampanye menggunakan KPI seperti ROI, CTR, dan conversion rate.
- Kumpulkan feedback pelanggan untuk perbaikan strategi.
- Lakukan pengujian A/B untuk menemukan pendekatan terbaik.

Jika ada contoh spesifik segmen pelanggan yang ingin Anda fokuskan, saya bisa membantu merancang strategi lebih rinci!

Prompt: berikan saya rekomendasi untuk memperluas layanan berdasarkan pola pengeluaran pelanggan.

Hasilnya:

Berikut adalah rekomendasi untuk memperluas layanan berdasarkan pola pengeluaran pelanggan:

1. Analisis Pola Pengeluaran Pelanggan

- **Data Pembelian:** Identifikasi produk atau layanan yang paling sering dibeli.
- **Nilai Rata-rata Transaksi:** Ketahui berapa rata-rata pengeluaran pelanggan dalam satu transaksi.
- **Frekuensi Pembelian:** Tentukan seberapa sering pelanggan berbelanja dalam periode tertentu.
- **Produk Pelengkap:** Lihat produk atau layanan yang sering dibeli bersamaan.

2. Rekomendasi Strategi Perluasan Layanan

a. Tingkatkan Penawaran Produk/Layanan Premium

Jika ada pelanggan yang memiliki pola pengeluaran tinggi:

- Sediakan **versi premium** dari produk atau layanan, seperti paket eksklusif, fitur tambahan, atau layanan personalisasi.
- Contoh: Jika Anda menjual software, tawarkan langganan dengan fitur ekstra seperti dukungan prioritas.

b. Tambahkan Layanan Pelengkap

Jika pelanggan sering membeli produk tertentu:

- Tawarkan layanan pelengkap atau aksesoris.
- Contoh: Jika pelanggan membeli perangkat elektronik, tawarkan paket layanan purna jual, seperti perawatan atau garansi tambahan.

c. Program Langganan atau Membership

Jika pola pengeluaran pelanggan menunjukkan loyalitas:

- Ciptakan program langganan dengan manfaat seperti diskon khusus, akses lebih awal, atau hadiah loyalitas.
- Contoh: Jika Anda memiliki bisnis makanan, tawarkan layanan pengiriman rutin dengan harga lebih hemat.

d. Bundling Produk

Jika pelanggan cenderung membeli beberapa produk sekaligus:

- Buat paket bundling dengan harga yang lebih menarik.
- Contoh: Jika Anda menjual produk kecantikan, tawarkan paket skincare lengkap.

e. Perluas Layanan ke Kategori Baru

Jika data menunjukkan permintaan yang belum terpenuhi:

- Masuk ke kategori produk/layanan yang terkait dengan preferensi pelanggan.
- Contoh: Jika Anda menjual pakaian, tambahkan kategori aksesoris atau alas kaki.

3. Optimalisasi Layanan Digital

- **Personalisasi Rekomendasi:** Gunakan data pembelian untuk merekomendasikan produk yang relevan secara otomatis.
- **Marketplace atau Aplikasi:** Jika pola pengeluaran menunjukkan banyak pelanggan aktif secara online, pertimbangkan untuk memperluas layanan melalui aplikasi atau platform marketplace.

4. Pengembangan Layanan Berbasis Frekuensi Pembelian

- Jika pelanggan sering melakukan pembelian kecil: Tawarkan insentif seperti poin reward setiap pembelian.
- Jika pelanggan jarang membeli tetapi dalam jumlah besar: Buat promosi eksklusif dengan potongan harga untuk pembelian berikutnya.

5. Inovasi Berbasis Waktu

- **Penawaran musiman:** Analisis kapan pelanggan menghabiskan lebih banyak uang (seperti liburan) dan sediakan produk/layanan sesuai kebutuhan mereka.
- **Flash Sale atau Penawaran Khusus:** Dorong pengeluaran tambahan dengan promosi waktu terbatas.

6. Kolaborasi atau Kemitraan

- Bermitra dengan bisnis lain yang relevan dengan kebiasaan belanja pelanggan.
- Contoh: Jika pelanggan sering membeli produk outdoor, kolaborasikan dengan merek yang menyediakan layanan wisata atau perlengkapan outdoor lainnya.

Dengan memahami pola pengeluaran pelanggan secara mendalam, Anda dapat menyusun strategi yang tidak hanya memperluas layanan tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan. Apakah ada industri atau contoh spesifik yang ingin Anda bahas lebih lanjut?