

# LAPORAN ANALISIS *SUPERSTORE*

Oleh:

Jovinka Aphellia Salva

[jovinkaaphelliasalva@gmail.com](mailto:jovinkaaphelliasalva@gmail.com)

**Abstrak** – Laporan ini menyajikan data penjualan dan profitabilitas dari sebuah *superstore* dalam bentuk *dashboard* analisis. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi tren penjualan, profitabilitas, dan faktor-faktor utama yang mempengaruhi performa bisnis. Analisis yang telah dibuat mencakup berbagai visualisasi data seperti perbandingan penjualan dan profit, kategori penjualan, sub-kategori terbaik, produk dengan penjualan tertinggi, kota dengan penjualan terbanyak, serta mode pengiriman dan profit berdasarkan wilayah. Dengan adanya analisis ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik bagi pengambilan keputusan bisnis.

**Kata kunci:** superstore, strategi bisnis

## I. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, analisis data menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan strategi Perusahaan. Dengan kemajuan teknologi, visualisasi data melalui tampilan dashboard interaktif, semakin populer sebagai alat untuk memahami dan menganalisis data dalam waktu singkat. Beberapa permasalahan yang ingin dijawab dalam analisis ini antara lain bagaimana tren pertumbuhan penjualan dan profit dari tahun ke tahun, produk dan kategori mana yang memiliki kontribusi terbesar terhadap penjualan, kota mana saja yang memiliki tingkat penjualan tertinggi, mode pengiriman mana yang sering digunakan, serta bagaimana distribusi profit berdasarkan wilayah geografis. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi manajemen *superstore* dalam mengidentifikasi area pertumbuhan dan peluang bisnis, menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif, mengoptimalkan moda pengiriman berdasarkan tren pelanggan, serta meningkatkan efisiensi operasional dengan memahami pola penjualan.

## II. Tujuan Analisis

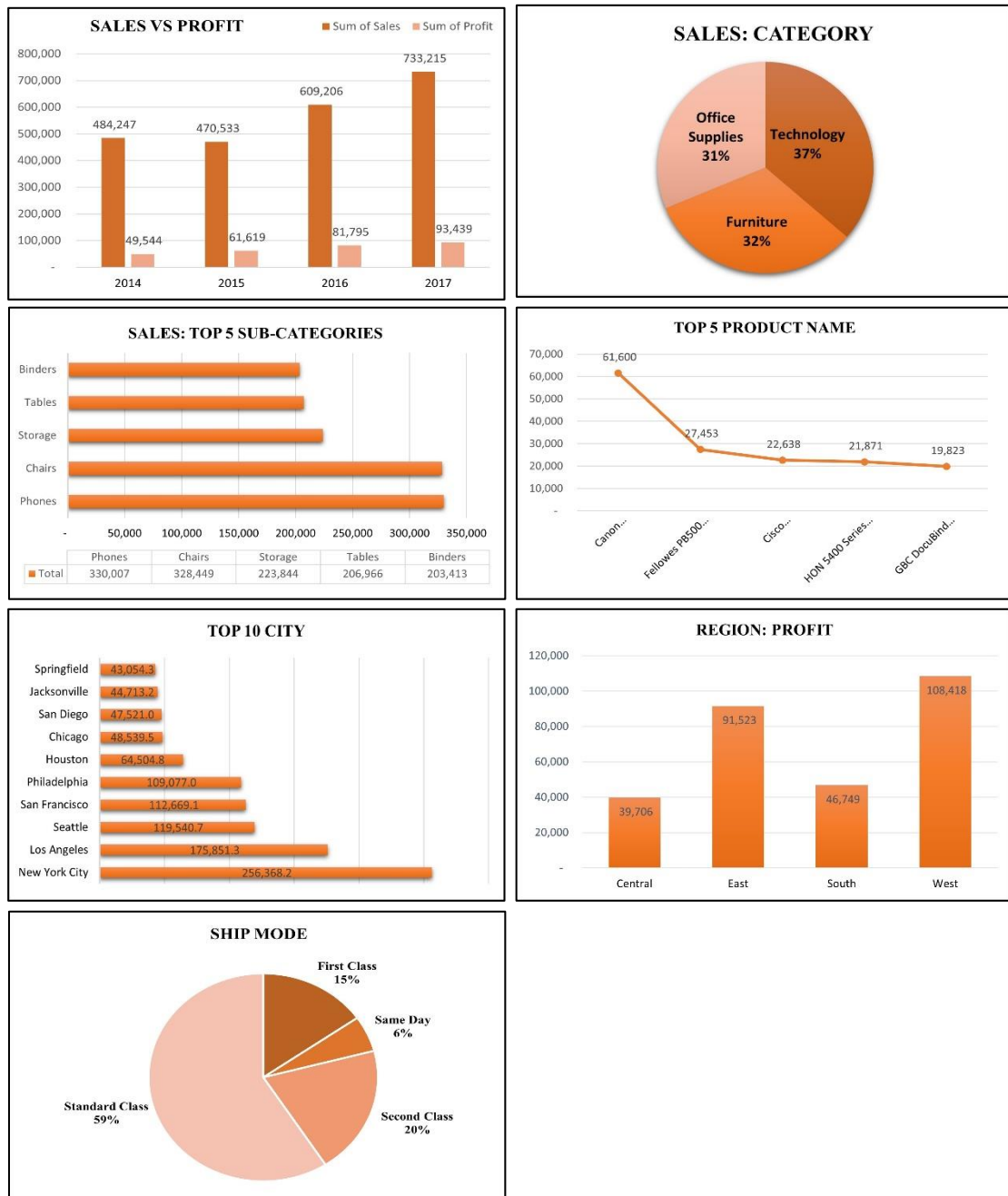
Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menganalisis hubungan antara penjualan dan profit dari tahun ke tahun, mengidentifikasi kategori dan sub-kategori produk yang memiliki kontribusi terbesar terhadap penjualan, menentukan produk dengan penjualan tertinggi, mengevaluasi kota dengan penjualan tertinggi, menganalisis moda pengiriman yang paling sering digunakan, serta menilai profit berdasarkan wilayah geografis.

## III. Metodologi

Data yang digunakan dalam analisis ini diperoleh dari transaksi penjualan *superstore* (Kaggle) yang mencakup berbagai aspek seperti kategori produk, wilayah, pelanggan, dan moda pengiriman. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan data dari sistem transaksi, pembersihan data dengan menghilangkan duplikasi dan data yang tidak valid, transformasi data dengan mengelompokkan berdasarkan kategori, wilayah, dan moda pengiriman, visualisasi data dengan

menggunakan perangkat lunak seperti Microsoft Excel serta interpretasi data untuk mengidentifikasi pola dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil visualisasi.

#### IV. Hasil Analisis



Berdasarkan data yang dianalisis, terlihat bahwa penjualan mengalami peningkatan setiap tahun dari 2014 hingga 2017, dengan peningkatan profit yang sejalan. Pada tahun 2014, total penjualan mencapai 480.247 dengan profit sebesar 49.544, meningkat menjadi 470.533 dengan profit 61.619 pada tahun 2015. Selanjutnya, pada tahun 2016 terjadi peningkatan signifikan dengan total penjualan 609.206 dan profit 81.795, dan akhirnya di tahun 2017 mencapai 733.215 dengan profit sebesar 93.439.

Tiga kategori utama dalam penjualan *superstore* adalah Teknologi yang berkontribusi sebesar 37%, diikuti oleh *Furniture* dengan 32% dan *Office Supplies* dengan 31%. Teknologi memiliki kontribusi tertinggi karena produk-produk seperti *printer*, laptop dan aksesoris teknologi memiliki nilai jual yang tinggi dibandingkan kategori lainnya.

Lima sub-kategori dengan penjualan tertinggi adalah *Phones* (330.007 unit), *Chairs* (328.489 unit), *Storage* (223.844 unit) *Tables* (206.966 unit) dan *Binders* (203.413 unit). Sub-kategori *Phones* mendominasi karena produk Teknologi memiliki permintaan yang stabil, sementara *Chairs* dan *Tables* menunjukkan permintaan tinggi dalam kategori Furniture.

Produk dengan penjualan tertinggi adalah *Canon Printer*, dengan total penjualan 61.600 unit. Produk lain yang menonjol adalah *Fellowes Paper Shredder* (27.453 unit), *Cisco Router* (22.638 unit), *HON 5400 Series Chairs* (21.871 unit) dan *GBC DocuBind Machine* (19.823 unit).

Lima kota dengan jumlah penjualan yang tertinggi adalah New York City dengan 256.368 unit, disusul oleh Los Angeles, Seattle, San Fransisco, dan Philadelphia. Kota-kota ini merupakan pusat bisnis dan perdagangan yang memiliki aktivitas ekonomi tinggi, yang berkontribusi terhadap angka penjualan yang signifikan.

Mode pengiriman yang paling banyak digunakan adalah *Standard Class* dengan 59%, diikuti oleh *Second Class* sebesar 20%, *First Class* sebesar 15% dan *Same Day* sebesar 6%. *Standard Class* mendominasi karena biaya pengiriman yang lebih rendah dibandingkan metode lainnya, sehingga lebih disukai oleh pelanggan.

Profit tertinggi berdasarkan wilayah dicatat oleh *West* dengan 108.418, diikuti oleh *East* dengan 91.523, *South* dengan 46.749, dan *Central* dengan 39.706. Wilayah *West* memiliki profit tertinggi karena mencakup kota-kota besar seperti Los Angeles dan San Francisco yang memiliki tingkat penjualan tinggi. Sebaliknya, wilayah *Central* memiliki profit terendah, kemungkinan karena populasi dan daya beli yang lebih rendah dibandingkan wilayah lainnya.

## V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa penjualan dan profitabilitas *superstore* mengalami pertumbuhan positif dari tahun ke tahun. Produk kategori Teknologi memiliki kontribusi terbesar terhadap penjualan, sementara *Phones* dan *Chairs* merupakan sub-kategori dengan jumlah penjualan tertinggi. Kota New York City dan Los Angeles merupakan wilayah dengan tingkat penjualan tertinggi, sedangkan *Standard Class* merupakan metode pengiriman yang paling banyak digunakan. Wilayah *West* mencatatkan keuntungan tertinggi dibandingkan wilayah lain. Dengan demikian, strategi bisnis yang lebih fokus pada kategori teknologi, optimalisasi distribusi di kota-kota besar, serta peningkatan layanan pengiriman dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan di masa mendatang.