

ECOMMERCE SALES

presented by

Muhammad Fariz Rohman



DATA UNDERSTANDING

Dataset ini berisi informasi penjualan e-commerce yang dikumpulkan pada periode September 2023 hingga September 2025 (± 2 tahun). Dataset ini digunakan untuk menganalisis perilaku pengguna, tren performa penjualan, serta faktor-faktor yang memengaruhi hasil bisnis.

Secara keseluruhan, dataset terdiri dari 34.500 baris dan 17 kolom, yang merepresentasikan aktivitas transaksi, karakteristik pelanggan, dan metrik performa utama. Analisis dilakukan untuk menghasilkan insight berbasis data yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

Objective



Proyek ini bertujuan untuk melakukan segmentasi pelanggan berdasarkan perilaku belanja menggunakan metode RFM (Recency, Frequency, Monetary).

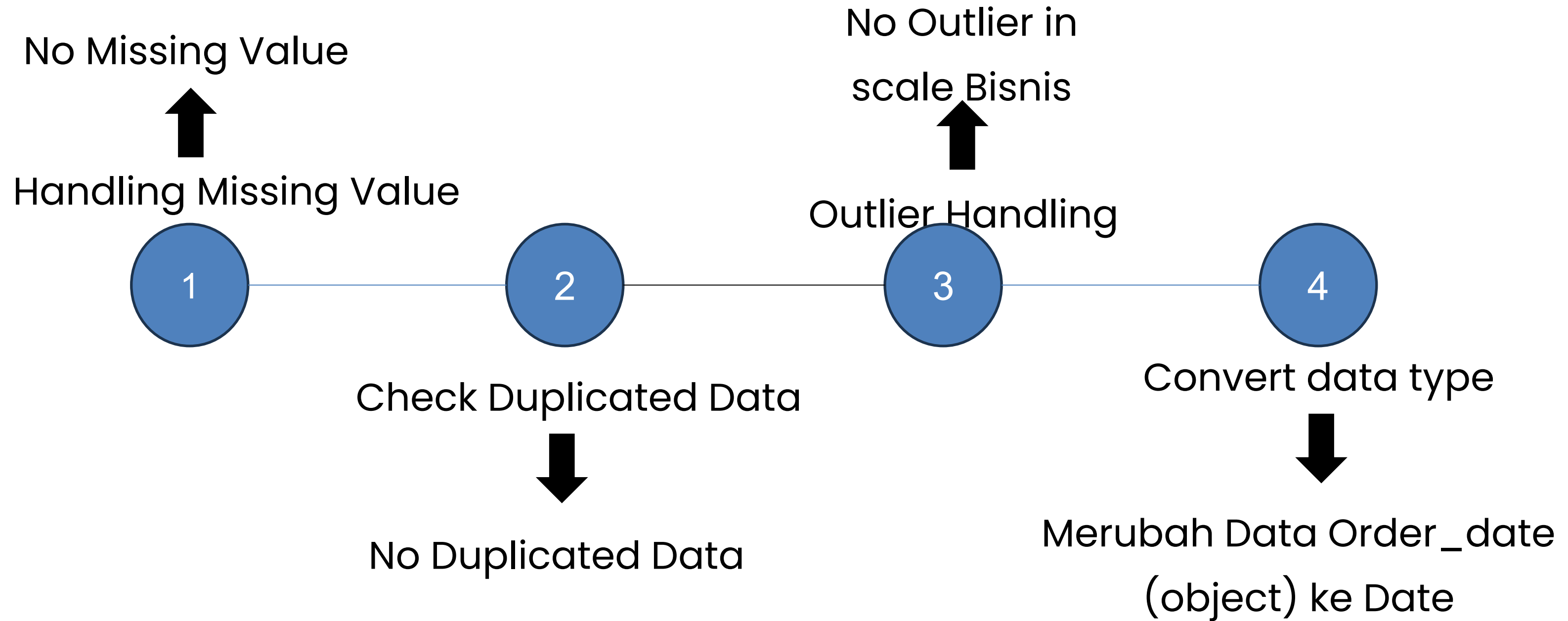
Lalu Hasil segmentasi diharapkan mampu memaksimalkan profit, misalnya dengan memberikan program promosi kepada pelanggan dengan nilai recency rendah (pelanggan yang lama tidak bertransaksi) serta menyusun program loyalitas bagi pelanggan yang memiliki skor RFM tinggi dan sangat loyal, dan Menyusun Strategi Kedepannya.



Spesific Objective

1. Berapa total transaksi, berapa total profit yang di hasilkan selama 2 periode?
2. Segment Customer apa yang berkontribusi paling banyak secara total profit ?
3. Produk mana yang paling laris dan category mana yang secara total profit paling berkontribusi?
4. Bagaimana trend penjualan dan trend total profit?

DATA PREPROSECCING



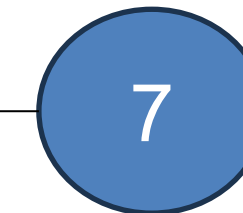
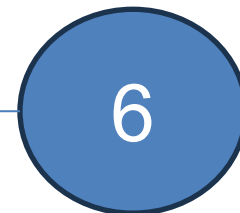
DATA PREPROSECCING



Fixed_pay = total_amount
+ Shipping cost

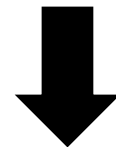


Creating column Fixed
pay by customers



Saving Csv to read on Dashboard

RFM Analysis



Created 6 Segment



EDA

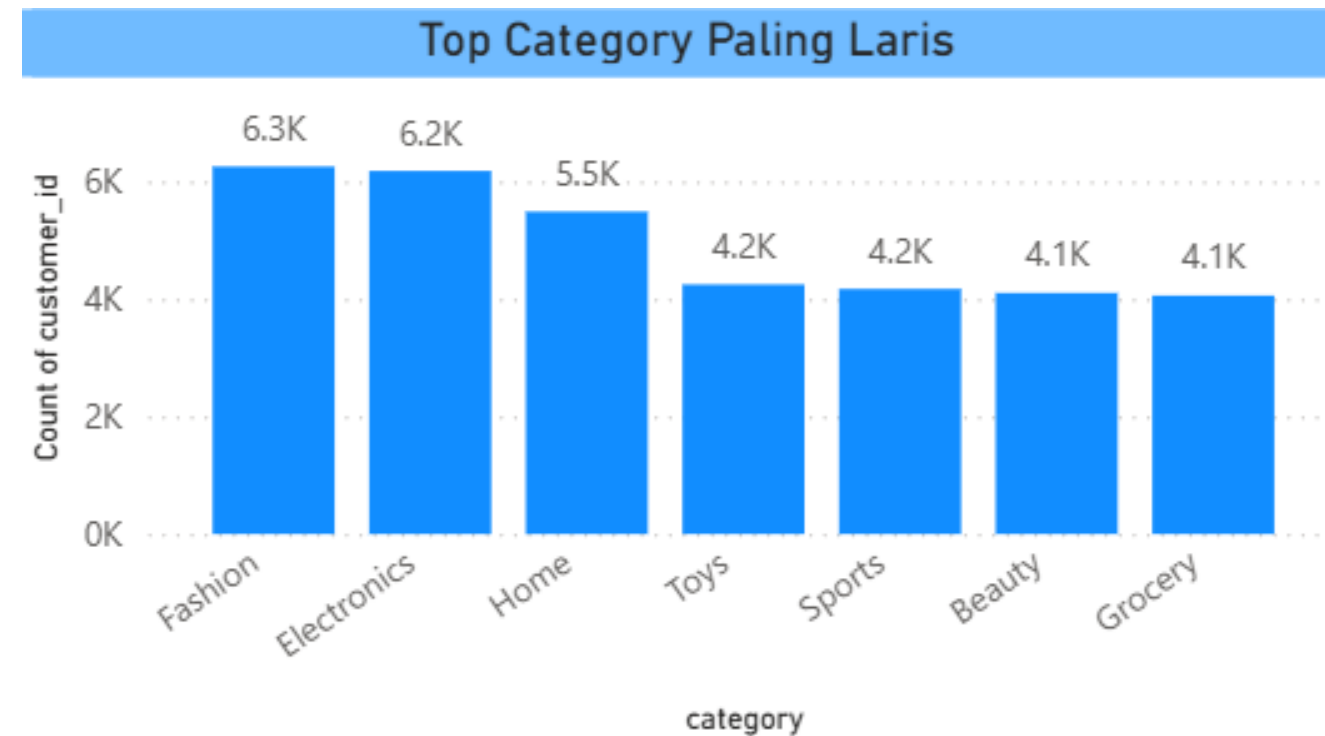


Total Transaksi	Jumlah Customers	Total Profit	Avg Frekuensi	Avg Recency	Avg Monetary
34.50K	7903	970.02K	4.37	159.01	742.16

Insight :

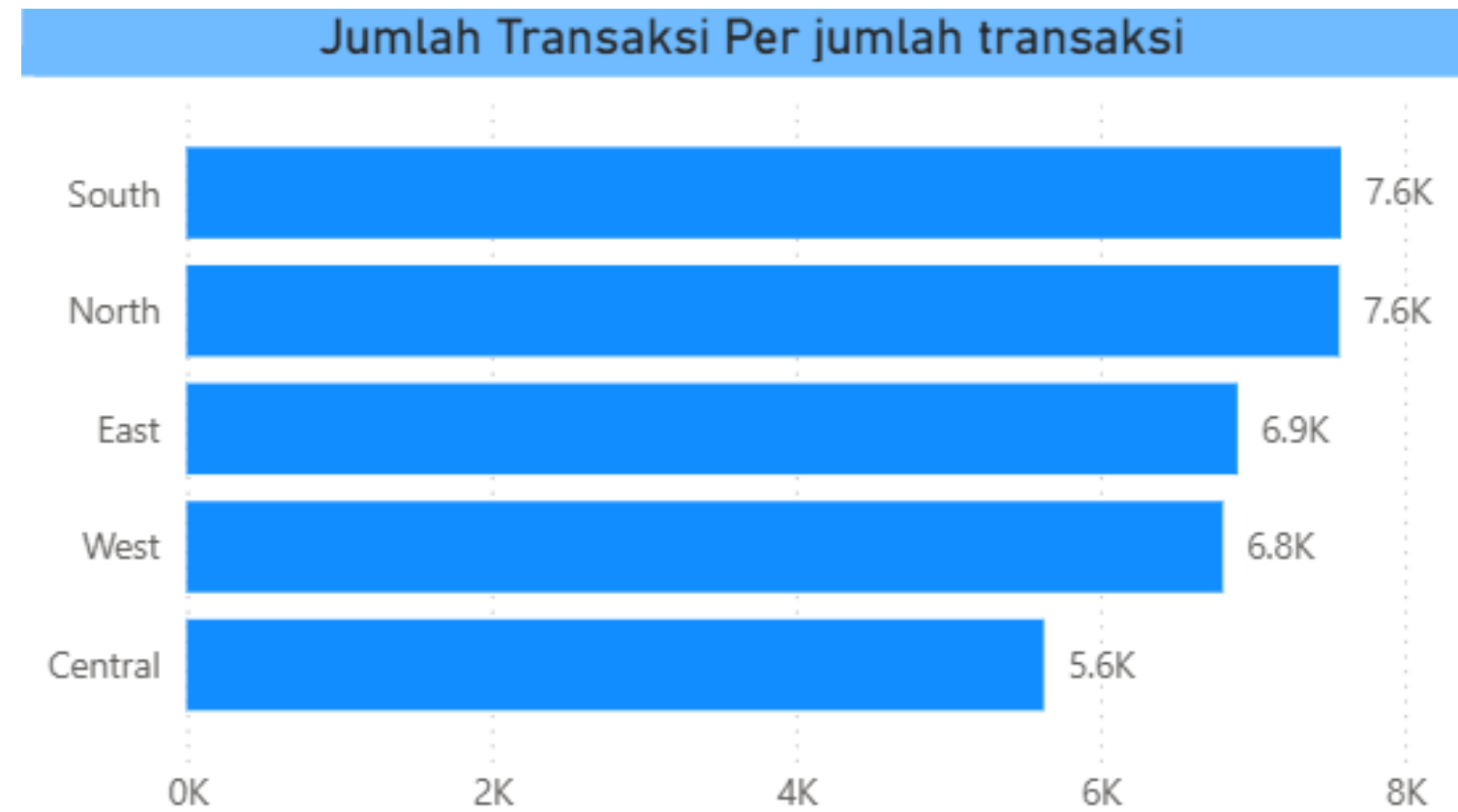
- Total Transaksi Pada dataset ini sebanyak 34.50
- Jumlah Customers sebanyak 7903
- Total Profit selama 2 periode sebanyak 970.02 K
- Frekuensi rata rata 4.37 per pelanggan
- Recency atau belanja terakhir rata rata 159.01 perorang
- Rata rata pelanggan spending sebayak 742.16

EDA



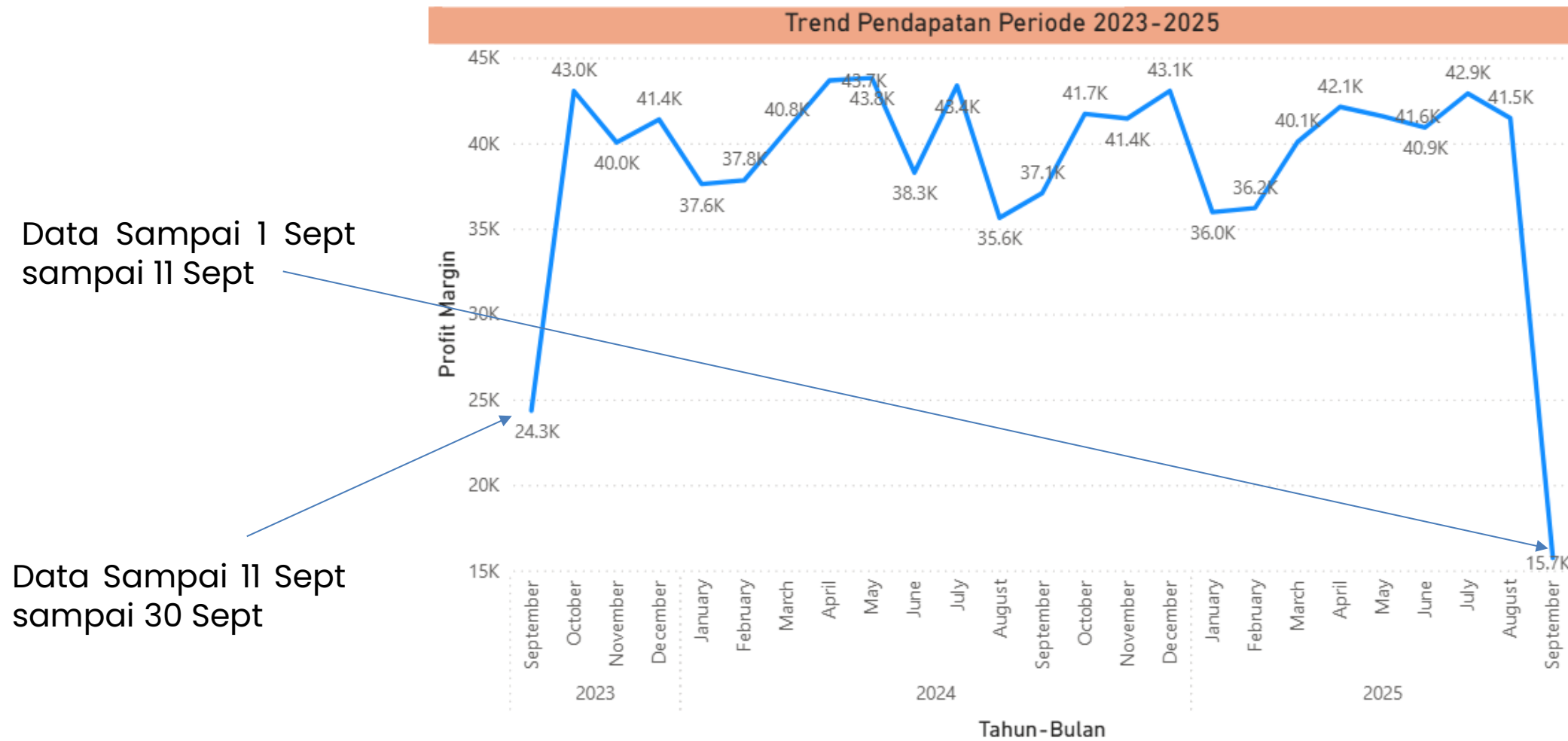
Insight :

Didapat dari grafik product yang sangat di gemari ialah product fasion dan electronic di banding dari beberapa category yang lainya yang memiliki gap yang lumayan agak jauh



Insight :

Dari grafik trend ialah jumlah transaksi di dominasi wilayah utara dan selatan , dan yang paling tidak di minati di wilayah tengah hal ini sebanding dengan pendapatan per wilayahnya



Insight :

- Pendapatan selama 2 periode yang tinggi ialah pada mei sebesar mei 2024
- Paling rendah ialah pada bulan Agustus 2024

EDA



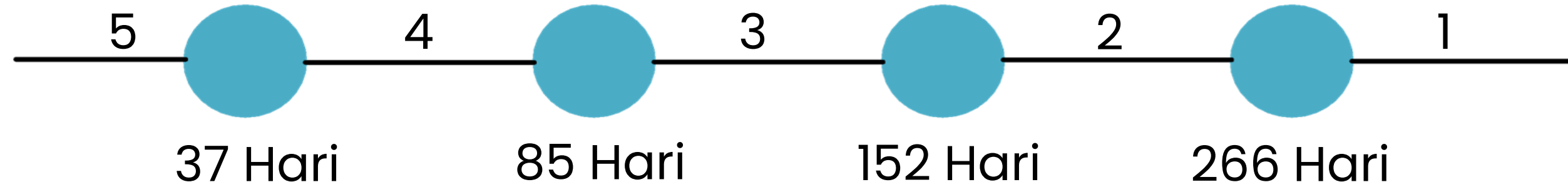
Insight :

- Trend customers banyak melakukan transaksi di bulan desember 2023
- Trend customers paling sedikit melakukan transaksi di bulan februari 2025

EDA

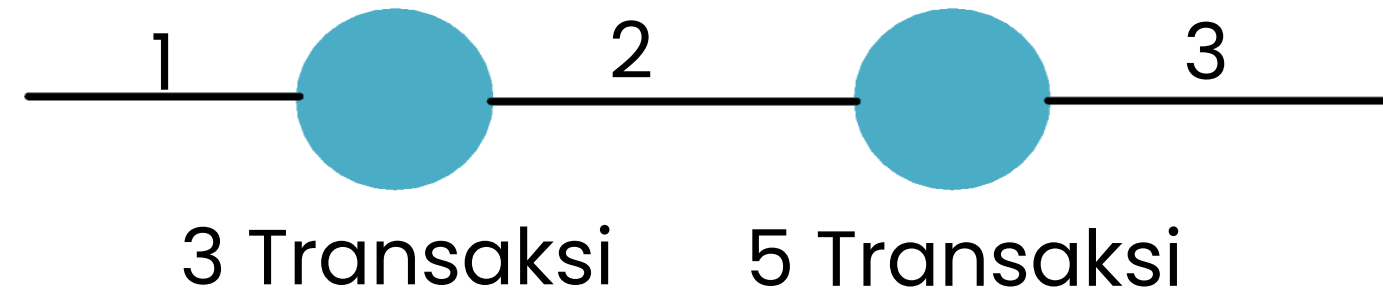
Recency Score

Recency Cutoff



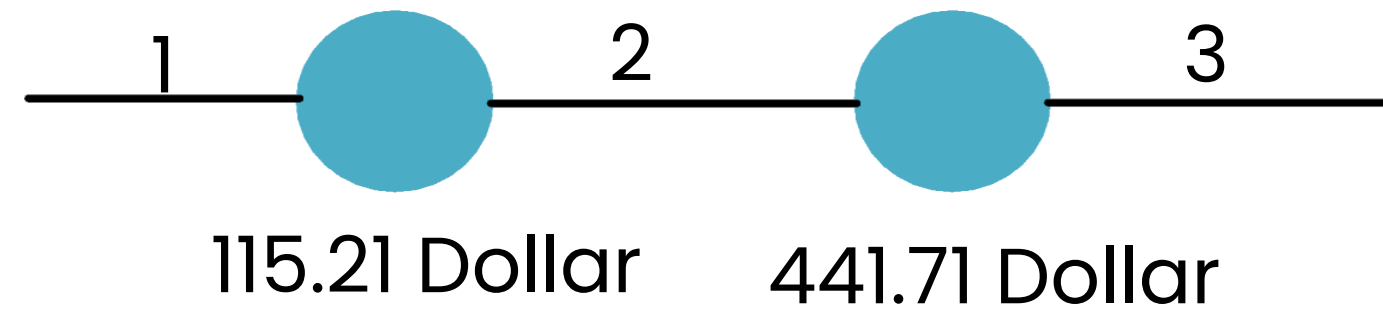
Frekuensi Score

Frekuensi Cutoff



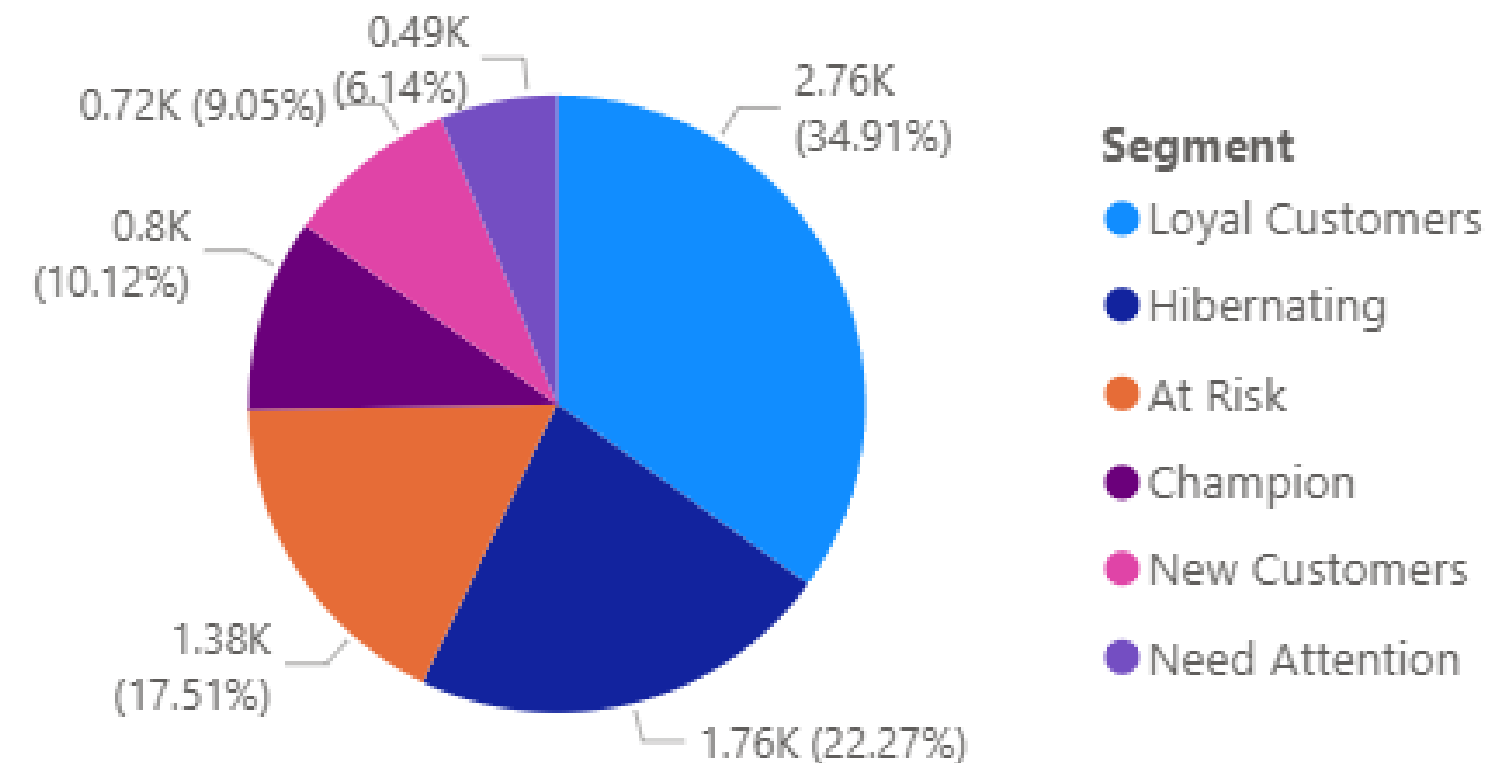
Monetary Score

Monetary Cutoff





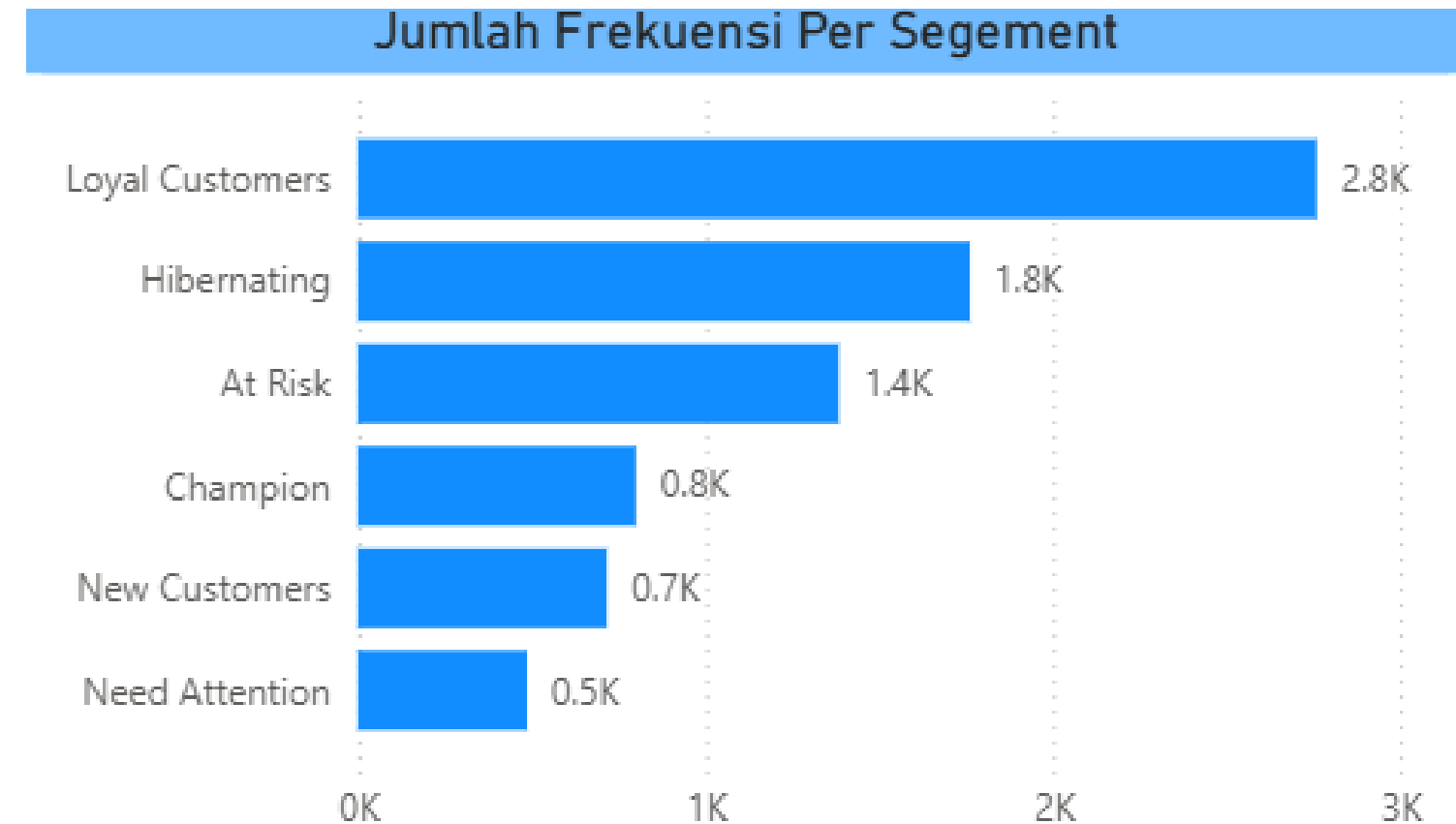
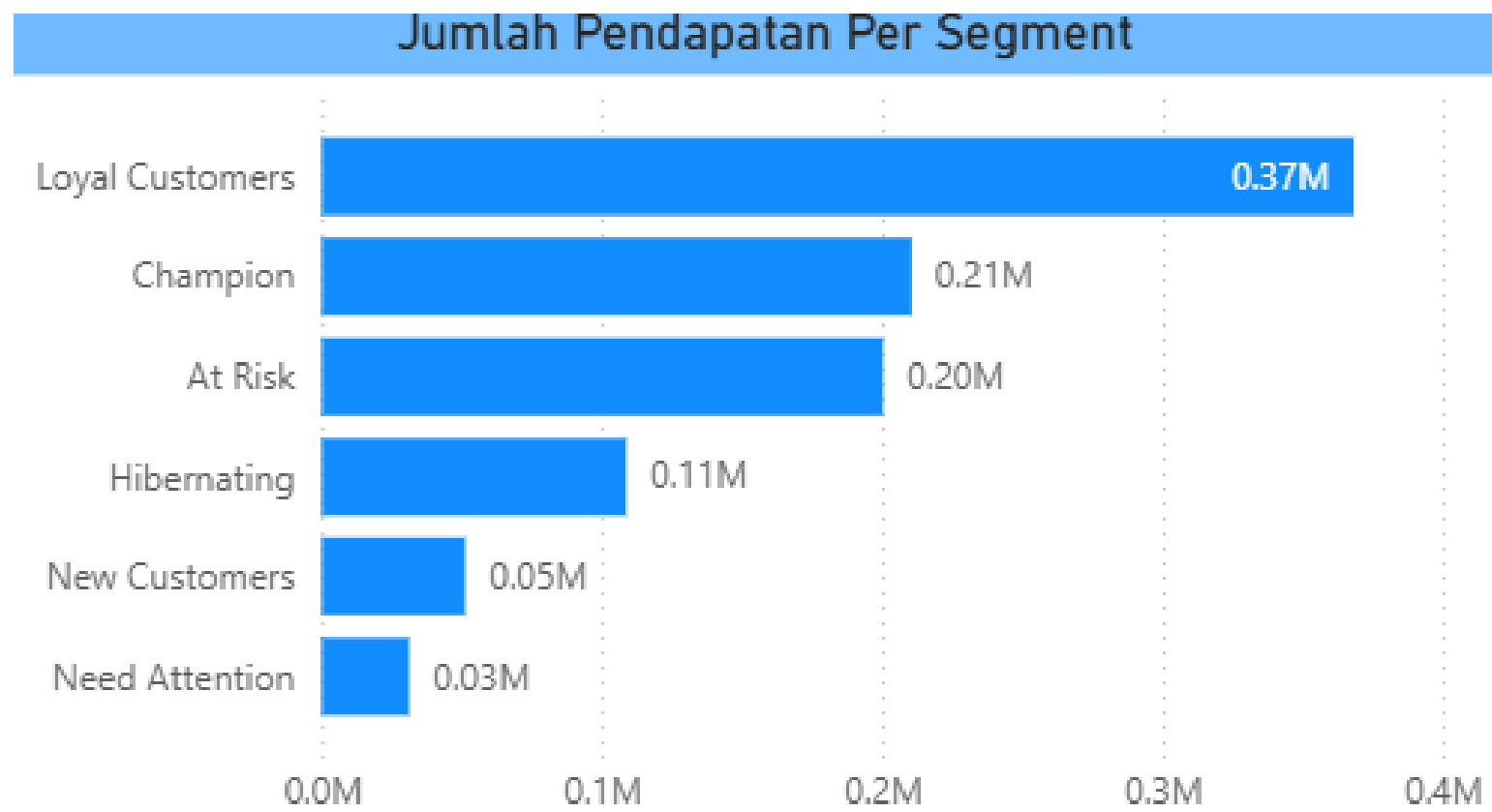
Pengelompokan Pelanggan



Insight :

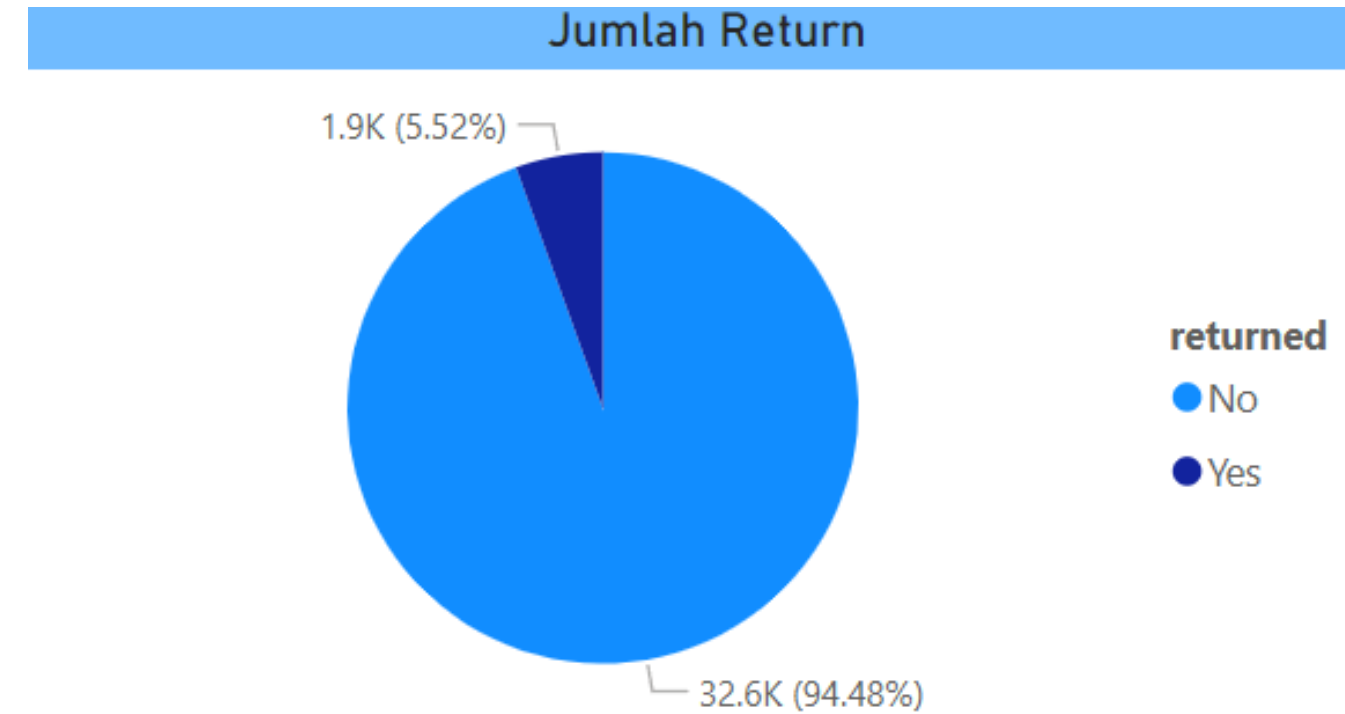
- Terdapat Pelanggan Yang paling banyak Segmentnya yaitu pada segment Loyal Customers
- Pelanggan dengan segment Need Attention paling kecil di antara yang lain dengan gap yang sangat jauh

EDA



Insight :

- Yang Paling berimpact kecil secara jumlah pendapatan ialah pada segmentasi ialah pada New Customers Dan Need Attention
- Yang Paling berimpact kecil secara jumlah transaksi ialah pada segmentasi ialah pada New Customers Dan Need Attention

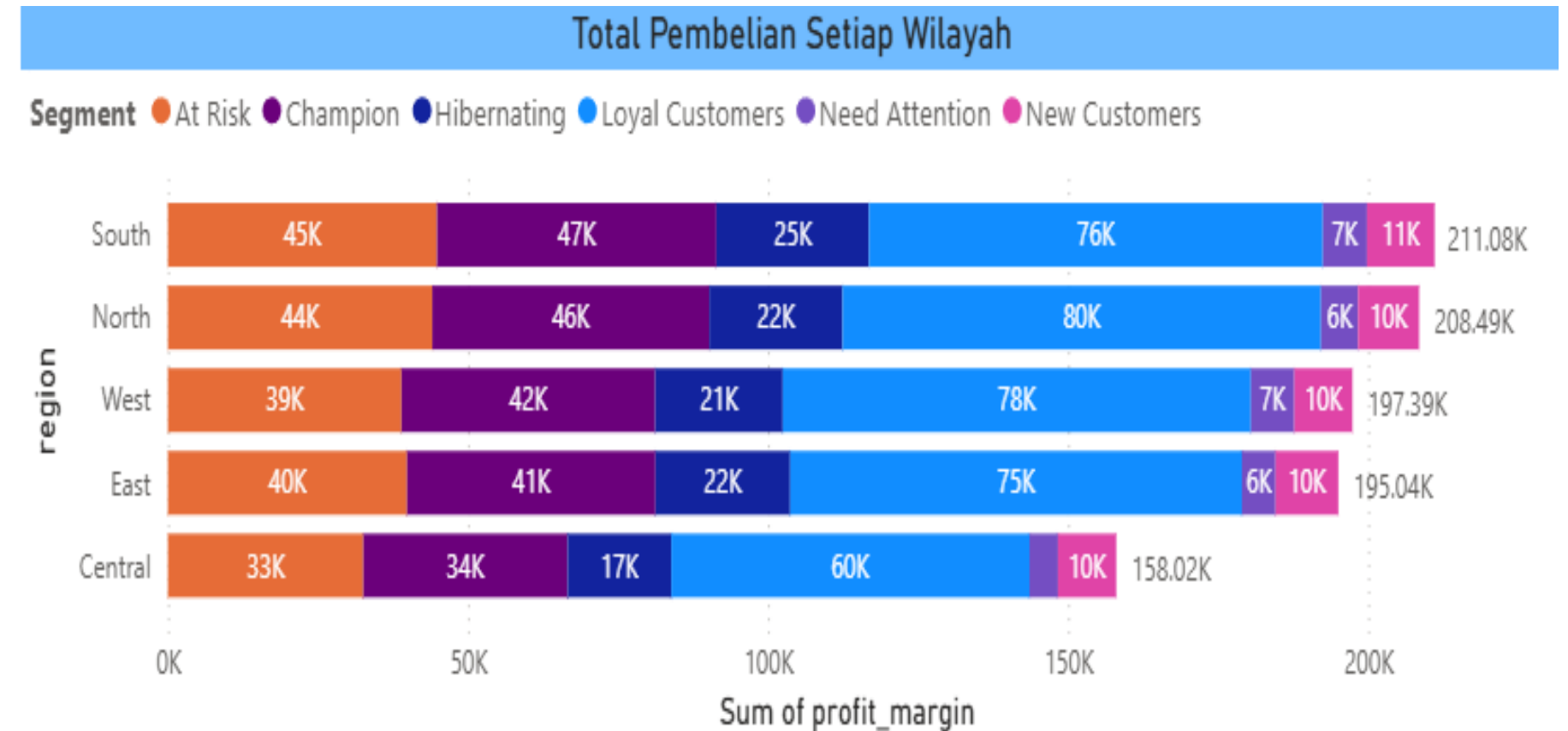


Insight :

- Jumlah Pengembalian barang selama 2 tahun sebanyak 2 ribu
- Total kerugian sebesar 61 ribu dollar dalam 2 periode
- Total kerugian paling besar pada bulan july 2025 3,2 ribu dollar , Pengembalian paling banyak pada bulan september 2024 sebanyak 93



EDA



Insight :

- Wilayah paling sedikit secara pendapatan ialah pada wilayah tengah hal ini sudah sesuai dengan per transaksinya / berbanding lurus
- customer hibernating pada wilayah central gapnya paling kecil dan paling tertinggi di wilayah selatan
- Customer At risk tertinggi ialah pada wilayah utara dan selatan

REKOMENDASI



1. Meningkatkan Frekuensi dan Meningkatkan Monetery

Target : New Customers Dan Hibernating

Cara :

Menawarkan produk baru saat awal perilsan dan kasih Tawaran diskon dengan pembelian barang tertentu atau dengan minimum pembelian , Remainder juga untuk ada produk baru / produk discount

2. Meningkatkan retensi customers

Target : At Risk, Hibernating , Need Attention

Cara :

Menawarkan produk melalui notifikasi email berdasarkan Riwayat pencarian dan Riwayat pembelian terakhir , serta memberikan diskon dengan jumlah tertentu (Tidak Merugi)

3. Meningkatkan Customers Baru Dan Meningkatkan Segmentation

Target : At Risk ,Customers Baru , Hibernating , Need Attention

Cara :

Dengan menggunakan referral code agar customers lama (Segment Champion , Loyal , dll) mengajak Customers segment others Dan Customer Baru dan dengan cara ecommerce berkolaborasi influencer



REKOMENDASI



4. Mengoptimalkan Pengembalian Barang

Target : Customers Loyal

Cara :

dilakukan melalui evaluasi produk dan periode dengan lonjakan return , peningkatan edukasi pelanggan sebelum pembelian dan Sebelum pengiriman dilakukan proses quality control

5. Mengoptimalkan Performa penjualan berdasarkan wilayah

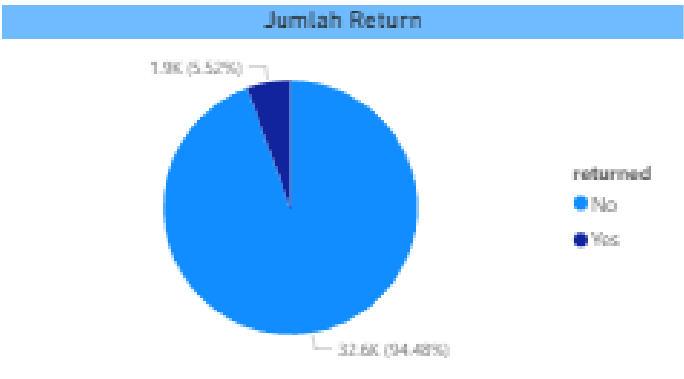
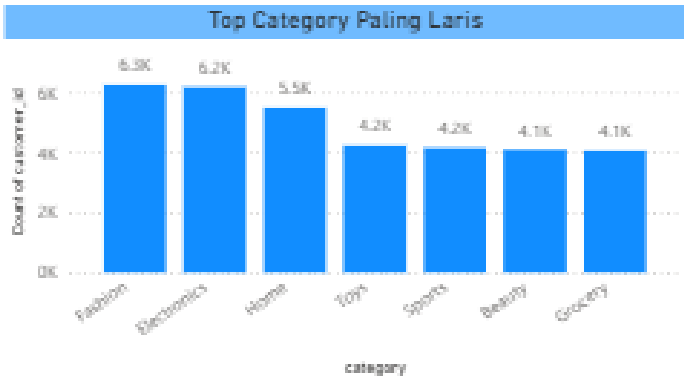
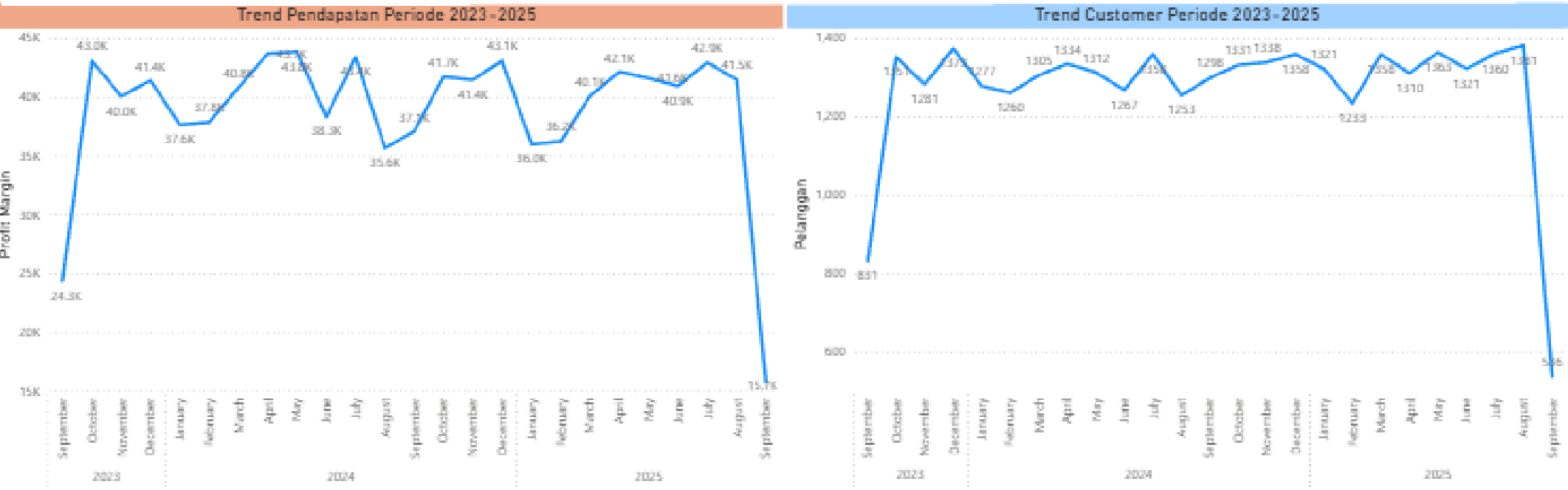
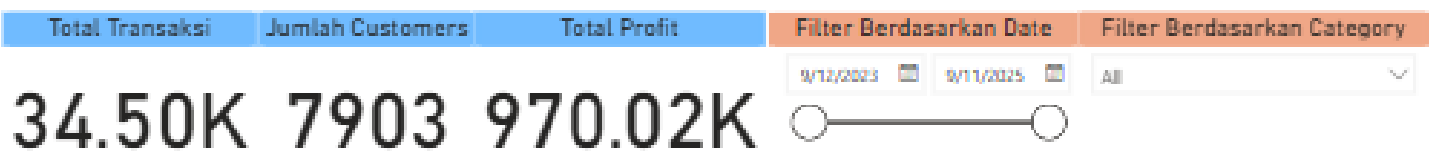
Target : Pelanggan di wilayah utara dan Selatan

Cara :

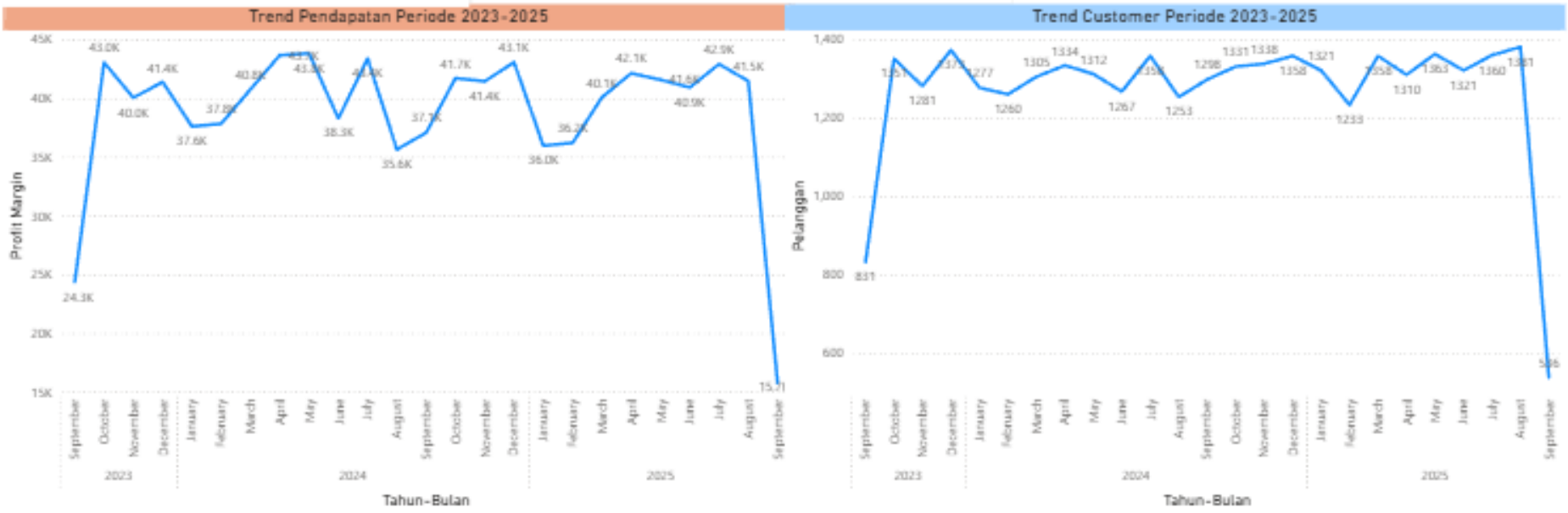
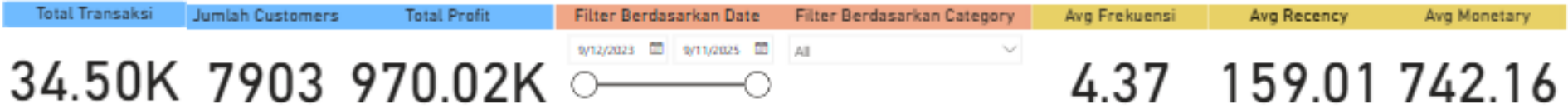
Mengadakan mini event di wilayah tersebut dengan berbagi promo atau dengan cara mendapat kupon undian berhadiah dengan transaksi tertinggi.



DASHBOARD ECOMMERS SALES



DASHBOARD SEGMENTATION ECOMMERS SALES





THANKS !!!

