



PROJECT DATA ANALYSIS FOR B2B RETAIL: CUSTOMER ANALYTICS REPORT

Safrian Arbi Prakoso

Data Mentor

Trisna Yulia Junita

Data Scientist

PT. BUMA

LATAR BELAKANG

xyz.com adalah perusahaan rintisan B2B yang menjual berbagai produk tidak langsung kepada end user tetapi ke bisnis/perusahaan lainnya. Sebagai data-driven company, maka setiap pengambilan keputusan di xyz.com selalu berdasarkan data. Setiap quarter xyz.com akan mengadakan townhall dimana seluruh atau perwakilan divisi akan berkumpul untuk me-review performance perusahaan selama quarter terakhir.

LETS GET STARTED



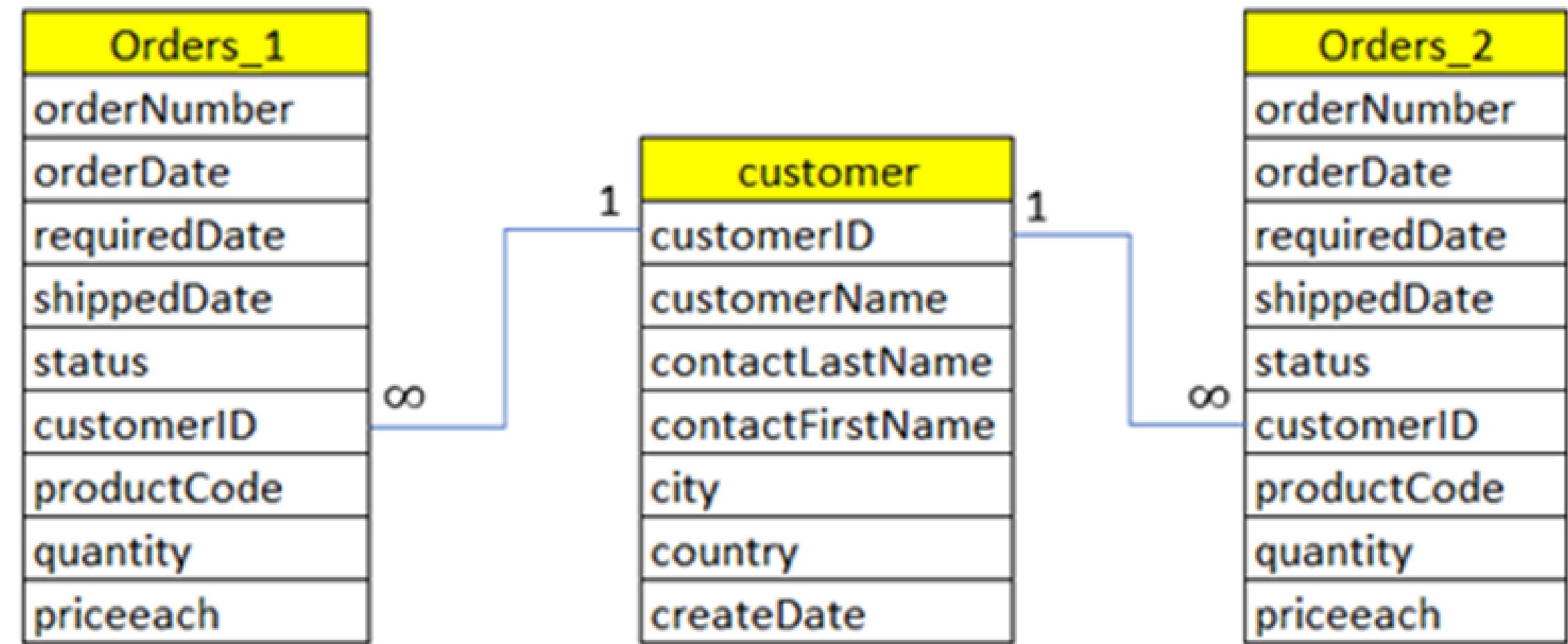


WHAT PROBLEM

PROBLEM DESCRIPTION

- BAGAIMANA PERTUMBUHAN PENJUALAN SAATINI?
- APAKAH JUMLAH CUSTOMERS XYZ.COM SEMAKIN BERTAMBAH ?
- DAN SEBERAPA BANYAK CUSTOMERS TERSEBUT YANG SUDAH MELAKUKAN TRANSAKSI?
- CATEGORY PRODUK APA SAJA YANG PALING BANYAK DIBELI OLEH CUSTOMERS?
- SEBERAPA BANYAK CUSTOMERS YANG TETAP AKTIF BERTRANSAKSI?

TABEL



TABEL ORDERS_1

Berisi data terkait transaksi penjualan periode quarter 1 (Jan – Mar 2004)

TABEL ORDERS_2

Berisi data terkait transaksi penjualan periode quarter 2 (Apr – Jun 2004)

TABEL CUSTOMER

Berisi data profil customer yang mendaftar menjadi customer xyz.com

PERTUMBUHAN PENJUALAN SAATINI

TOTAL PENJUALAN DAN REVENUE PADA QUARTER-1 (JAN, FEB, MAR) DAN QUARTER-2 (APR,MEI,JUN)

QUARTER-1 (JAN, FEB, MAR)

index	Key	Value
0	total_penjualan	8694
1	revenue	799579310

QUARTER-2 (APR,MEI,JUN)

index	Key	Value
0	total_penjualan	6717
1	revenue	607548320

PERHITUNGAN GROWTH PENJUALAN DAN REVENUE

$$\% \text{Growth Penjualan} = (6717 - 8694)/8694 = -22\%$$

$$\% \text{Growth Revenue} = (607548320 - 799579310)/799579310 = -24\%$$

MENGHITUNG PERSENTASI KESELURUHAN PENJUALAN

```
+-----+-----+-----+
| quarter | total_penjualan | revenue |
+-----+-----+-----+
| 1      |           8694 | 799579310 |
| 2      |           6717 | 607548320 |
+-----+-----+-----+
```

APAKAH JUMLAH CUSTOMERS XYZ.COM SEMAKIN BERTAMBAH?

PENAMBAHAN JUMLAH CUSTOMERS DAPAT DIUKUR DENGAN MEMBANDINGKAN TOTAL JUMLAH CUSTOMERS YANG REGISTRASI DI PERIODE SAAT INI DENGAN TOTAL JUMLAH CUSTOMERS YANG REGISTRASI DIAKHIR PERIODE SEBELUMNYA.

quarter	total_customers
1	43
2	35

SEBERAPA BANYAK CUSTOMERS TERSEBUT YANG SUDAH MELAKUKAN TRANSAKSI?

quarter	total_customers
1	25
2	19

CATEGORY PRODUK APA SAJA YANG PALING BANYAK DI-ORDER OLEH CUSTOMERS DI QUARTER-2?

UNTUK MENGETAHUI KATEGORI PRODUK YANG PALING BANYAK DIBELI, MAKA DAPAT DILAKUKAN DENGAN MENGHITUNG TOTAL ORDER DAN JUMLAH PENJUALAN DARI SETIAP KATEGORI PRODUK.

categoryid	total_order	total_penjualan
S18	25	2264
S24	21	1826
S32	11	616
S12	10	491
S10	8	492
S50	8	292
S70	7	675
S72	2	61

SEBERAPA BANYAK CUSTOMERS YANG TETAP AKTIF BERTRANSAKSI SETELAH TRANSAKSI PERTAMANYA?

MENGETAHUI SEBERAPA BANYAK CUSTOMERS YANG TETAP AKTIF MENUNJUKKAN APAKAH XYZ.COM TETAP DIGEMARI OLEH CUSTOMERS UNTUK MEMESAN KEBUTUHAN BISNIS MEREKA. HAL INI JUGA DAPAT MENJADI DASAR BAGI TIM PRODUCT DAN BUSINESS UNTUK PENGEMBANGAN PRODUCT DAN BUSINESS KEDEPANNYA.

quarter	Q2
1	24.0000



KESIMPULAN

- 01** Performance xyz.com menurun signifikan di quarter ke-2, terlihat dari nilai penjualan dan revenue yang drop hingga 20% dan 24%,
- 02** perolehan customer baru juga tidak terlalu baik, dan sedikit menurun dibandingkan quarter sebelumnya.
- 03** Ketertarikan customer baru untuk berbelanja di xyz.com masih kurang, hanya sekitar 56% saja yang sudah bertransaksi. Disarankan tim Produk untuk perlu mempelajari behaviour customer dan melakukan product improvement, sehingga conversion rate (register to transaction) dapat meningkat.
- 04** Produk kategori S18 dan S24 berkontribusi sekitar 50% dari total order dan 60% dari total penjualan, sehingga xyz.com sebaiknya fokus untuk pengembangan category S18 dan S24.
- 05** Retention rate customer xyz.com juga sangat rendah yaitu hanya 24%, artinya banyak customer yang sudah bertransaksi di quarter-1 tidak kembali melakukan order di quarter ke-2 (no repeat order).
- 06** xyz.com mengalami pertumbuhan negatif di quarter ke-2 dan perlu melakukan banyak improvement baik itu di sisi produk dan bisnis marketing, jika ingin mencapai target dan positif growth di quarter ke-3. Rendahnya retention rate dan conversion rate bisa menjadi diagnosa awal bahwa customer tidak tertarik/kurang puas/kecewa berbelanja di xyz.com.