Laporan Analisis Data Penjualan Online Retail

Ringkasan

Laporan ini merangkum hasil analisis data penjualan ritel online dari tahun 2010 hingga 2011, dengan fokus pada identifikasi tren, perilaku pelanggan, dan performa bisnis. Berdasarkan analisis, ditemukan bahwa proyek ini berhasil mengeksplorasi data dan memberikan wawasan strategis untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif.

Metodologi dan Data

Analisis dilakukan terhadap dataset dari Kaggle yang mencakup 505.281 transaksi dari 4.350 pelanggan, dengan total pendapatan sebesar 9,37 juta. Tools yang digunakan meliputi SQL (untuk analisis dan kategorisasi data), PostgreSQL (sebagai sistem manajemen basis data), Visual Studio Code (untuk eksekusi query), dan Power BI (untuk visualisasi data).

Temuan Utama

1. Performa Penjualan Berdasarkan Negara

Analisis rata-rata pendapatan per transaksi menunjukkan bahwa Belanda memimpin dengan nilai tertinggi ($123,58), diikuti oleh Australia ($110,94) dan Jepang ($101,32).

Insight: Tingginya rata-rata pendapatan di Belanda menunjukkan potensi pasar yang besar. Sebaliknya, Denmark memiliki rata-rata terendah dari lima negara teratas ($48,64), menandakan perlunya strategi khusus untuk meningkatkan nilai transaksi.

Rekomendasi: Prioritaskan kampanye pemasaran dan promosi di Belanda. Untuk Denmark, pertimbangkan penawaran seperti bundling produk atau program loyalitas untuk mendorong pembelian yang lebih besar.

2. Kategori Produk Terlaris

Britania Raya mendominasi total penjualan dengan kategori Ornaments, menghasilkan pendapatan sebesar $168.469,60. Angka ini 17x lipat lebih besar dari pendapatan kategori produk terlaris di Belanda, yang berada di posisi kedua.

Insight: Pasar sangat terkonsentrasi di satu negara dan kategori produk. Ini menunjukkan ketergantungan yang signifikan pada pasar Britania Raya untuk produk-produk dekorasi rumah.

Rekomendasi: Pertahankan dominasi di pasar Britania Raya sambil melakukan diversifikasi strategi untuk meningkatkan penjualan kategori lain di negara-negara yang memiliki potensi, seperti Prancis dan Jerman.

3. Analisis Tingkat Pengembalian Barang

Kategori produk Home Decor memiliki jumlah pengembalian tertinggi dengan 355 unit, diikuti oleh Kitchenware dengan 179 unit.

Insight: Tingginya tingkat pengembalian pada kategori ini bisa mengindikasikan masalah pada kualitas produk, deskripsi yang tidak sesuai, atau ketidakpuasan pelanggan.

Rekomendasi: Lakukan investigasi mendalam terhadap alasan pengembalian pada kategori Home Decor. Tingkatkan kontrol kualitas atau perbaiki informasi produk untuk mengurangi jumlah pengembalian.

4. Perilaku Pelanggan (Analisis Kohort)

Pelanggan yang pertama kali berbelanja di tahun 2010 menunjukkan peningkatan pendapatan signifikan di tahun 2011, yaitu lebih dari 7x lipat dibandingkan tahun pertama. Ini menandakan tingkat retensi yang sangat baik.

Insight: Pelanggan lama memiliki nilai seumur hidup (customer lifetime value) yang tinggi. Pertumbuhan dari kohort 2010 menunjukkan adanya kepuasan pelanggan dan relevansi produk yang berkelanjutan.

Rekomendasi: Perkuat program loyalitas dan manajemen hubungan pelanggan untuk mempertahankan basis pelanggan yang berharga ini.

5. Pertumbuhan Pendapatan Bulanan (MoM)

Analisis pertumbuhan pendapatan bulanan menunjukkan fluktuasi tajam di tahun 2011. Lonjakan tertinggi terjadi pada bulan Mei (+56,22%) dan penurunan paling tajam pada bulan Desember (-69,85%).

Insight: Pola ini mengindikasikan adanya faktor musiman yang kuat yang memengaruhi penjualan.

Rekomendasi: Kembangkan strategi pemasaran musiman untuk memanfaatkan periode puncak penjualan dan mitigasi penurunan tajam di akhir tahun.

6. Analisis Retensi Pelanggan (Churn Rate)

Tingkat churn (pelanggan yang tidak melakukan pembelian dalam enam bulan terakhir) menurun drastis dari 100% di tahun 2010 menjadi sekitar 27% di tahun 2011. Sebaliknya, pelanggan aktif meningkat menjadi 73% di tahun 2011.

Insight: Perbaikan signifikan dalam retensi menunjukkan efektivitas dari strategi yang diterapkan pada tahun 2011.

Rekomendasi: Identifikasi dan replikasi strategi sukses yang diterapkan pada tahun 2011 untuk memastikan tingkat retensi yang sehat di masa depan.

Kesimpulan

Analisis ini memberikan wawasan yang komprehensif tentang performa penjualan, perilaku pelanggan, dan tren musiman. Hasilnya dapat digunakan untuk menyusun strategi yang lebih efektif, seperti mengoptimalkan pasar utama, mengurangi pengembalian barang, dan memperkuat retensi pelanggan.