

ANALISIS DATA PENJUALAN SUPERSTORE

Presented by Adin Rama Ariyanto Putra

OVERVIEW

- Latar Belakang & Tujuan
- Metodologi
- Tren Penjualan Bulanan
- Analisis Produk
- Optimasi Pengiriman & Logistik
- Segmentasi Pelanggan
- Kesimpulan & Rekomendasi

LATAR BELAKANG & TUJUAN

Latar Belakang:

- Dataset Superstore berisi data penjualan retail dengan informasi produk, pelanggan, dan pengiriman.
- Analisis data penting untuk pengambilan keputusan berbasis data.

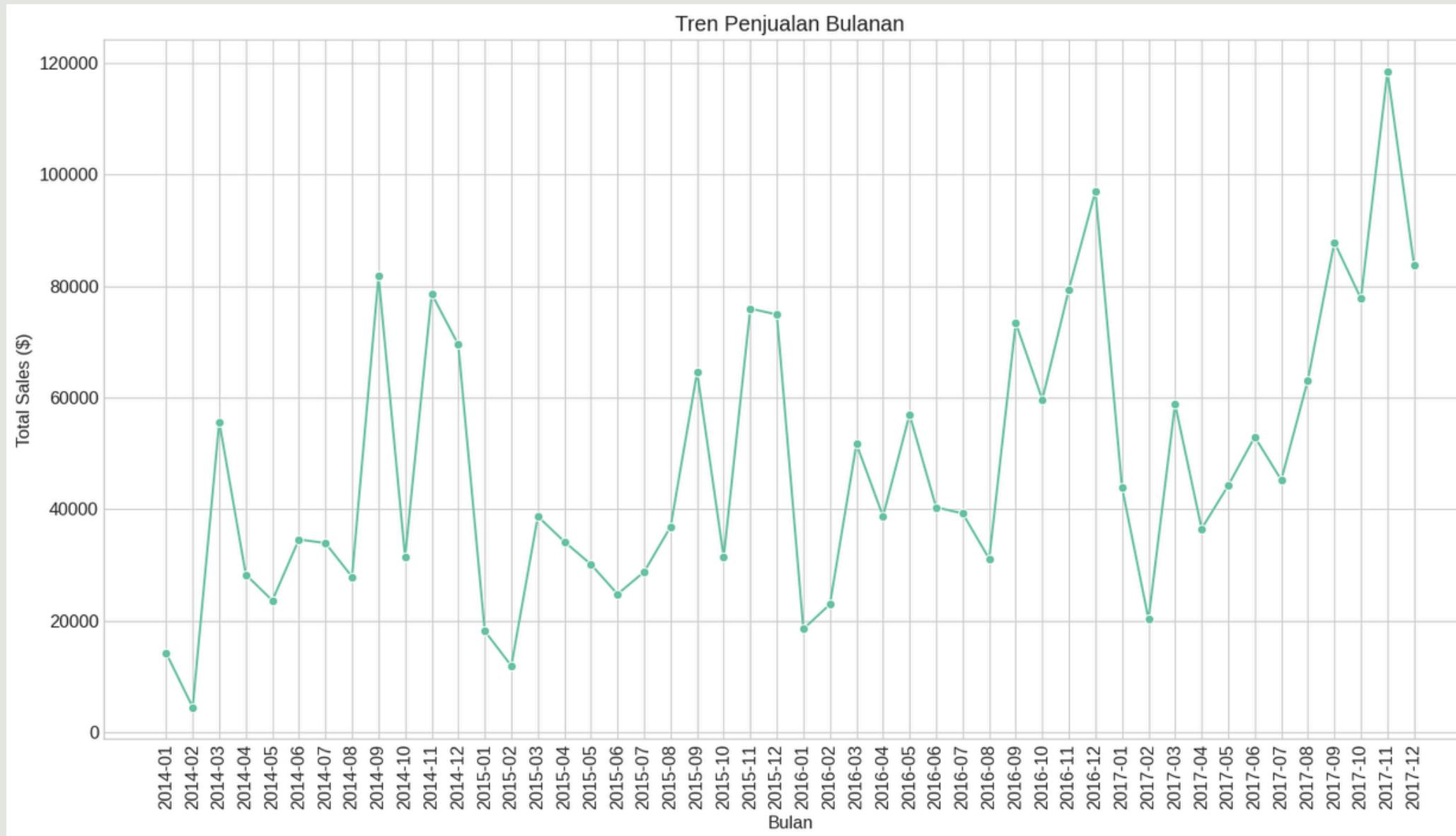
Tujuan:

- Menganalisis tren penjualan per bulan.
- Mengidentifikasi produk dengan performa terbaik dan terburuk.
- Optimasi pengiriman dan logistik.
- Segmentasi pelanggan.

METODOLOGI

- **Dataset:** Superstore Sales Dataset.
- **Tools:** Python (pandas, numpy, matplotlib, seaborn).
- **Pendekatan:**
 - Analisis deskriptif dan eksploratori.
 - Visualisasi data.
 - Analisis RFM (Recency, Frequency, Monetary) untuk segmentasi pelanggan.

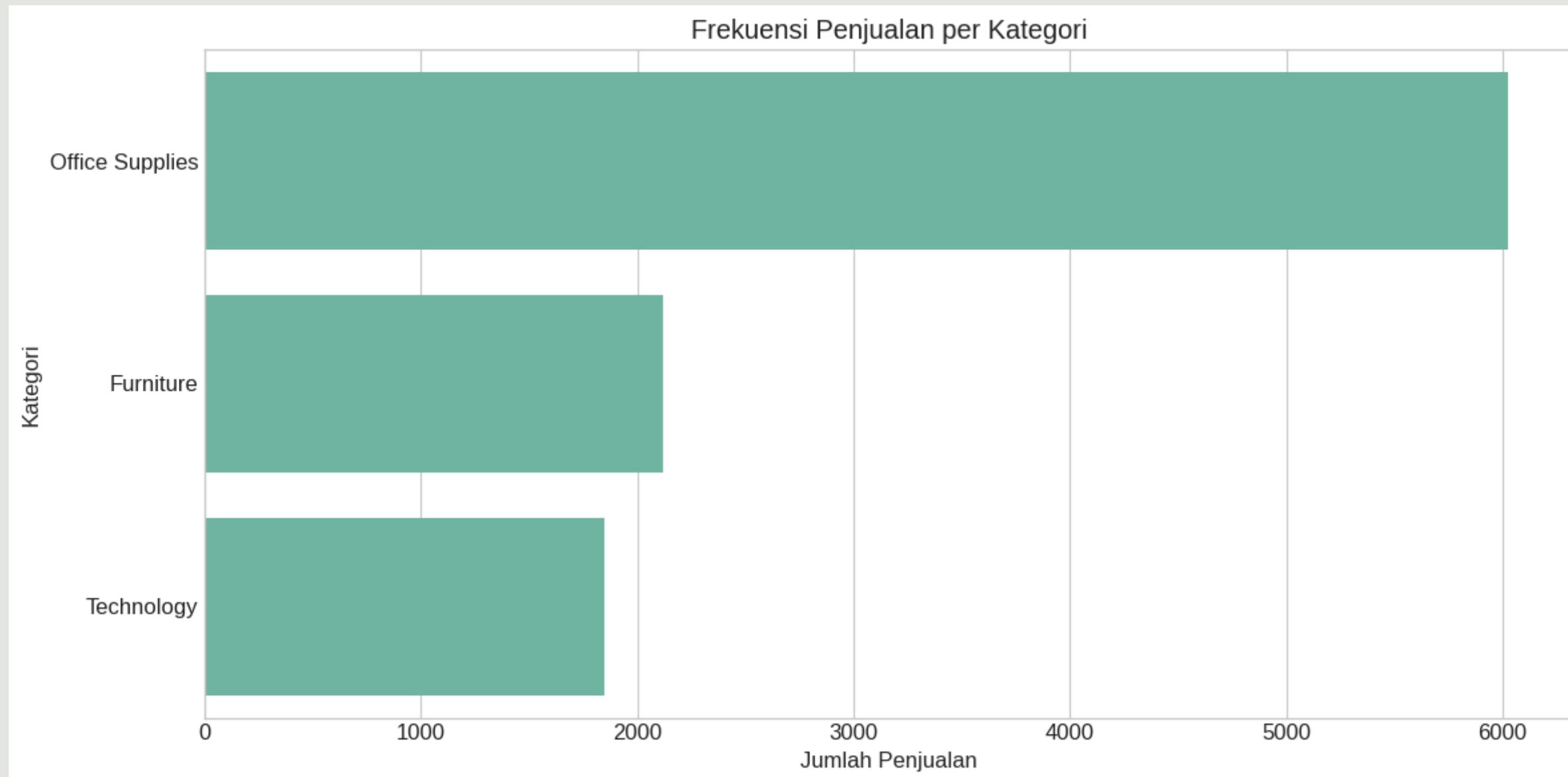
TREN PENJUALAN BULANAN



Insight:

- Penjualan tertinggi ada pada bulan November.
- Penjualan terendah ada pada bulan Februari.
- Tren musiman terlihat dengan peningkatan di periode bulan Maret hingga November.

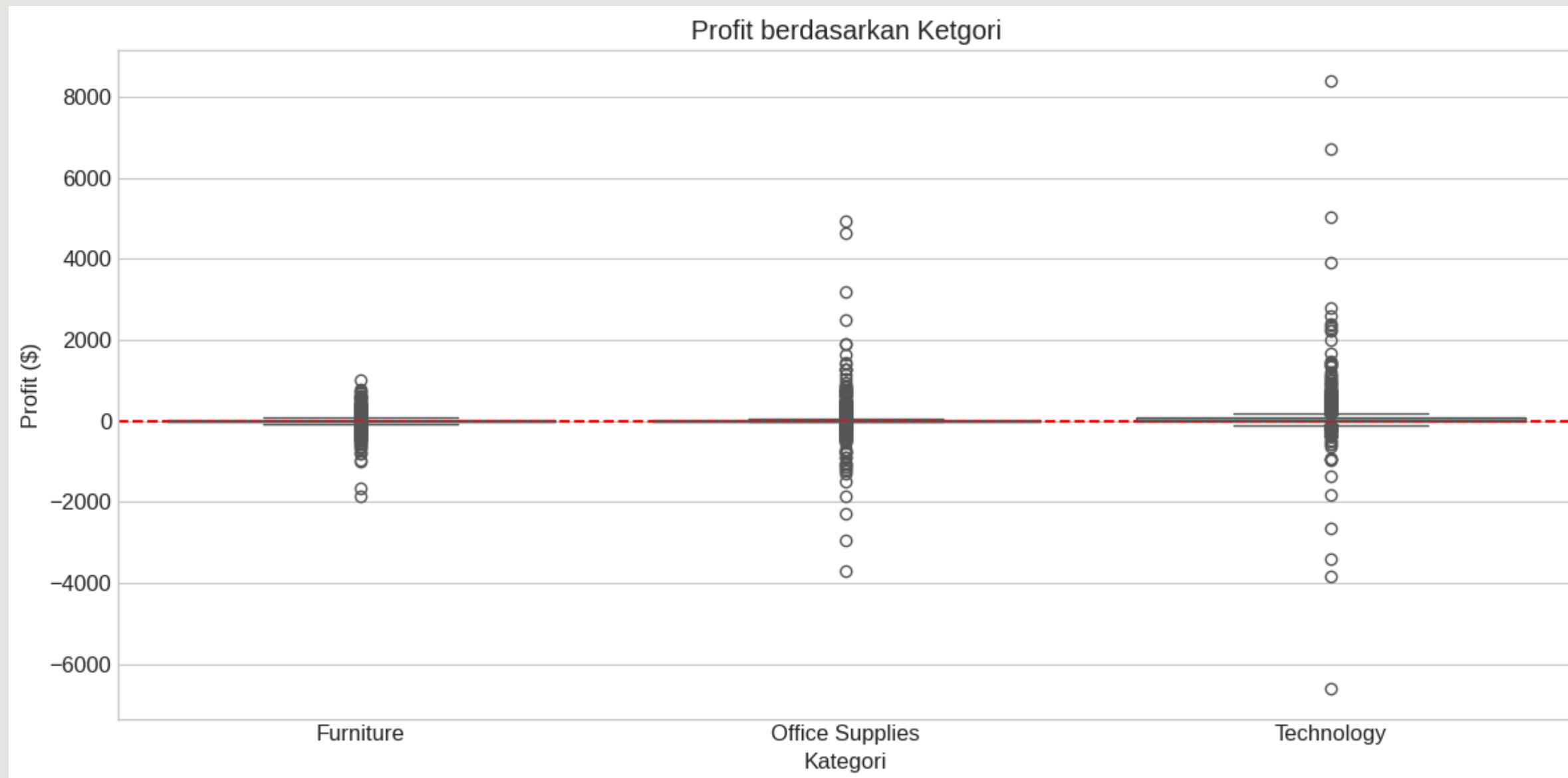
ANALISIS PRODUK - KATEGORI



Insight:

- Kategori Office Supplies memiliki frekuensi penjualan tertinggi dibanding kategori yang lainnya.

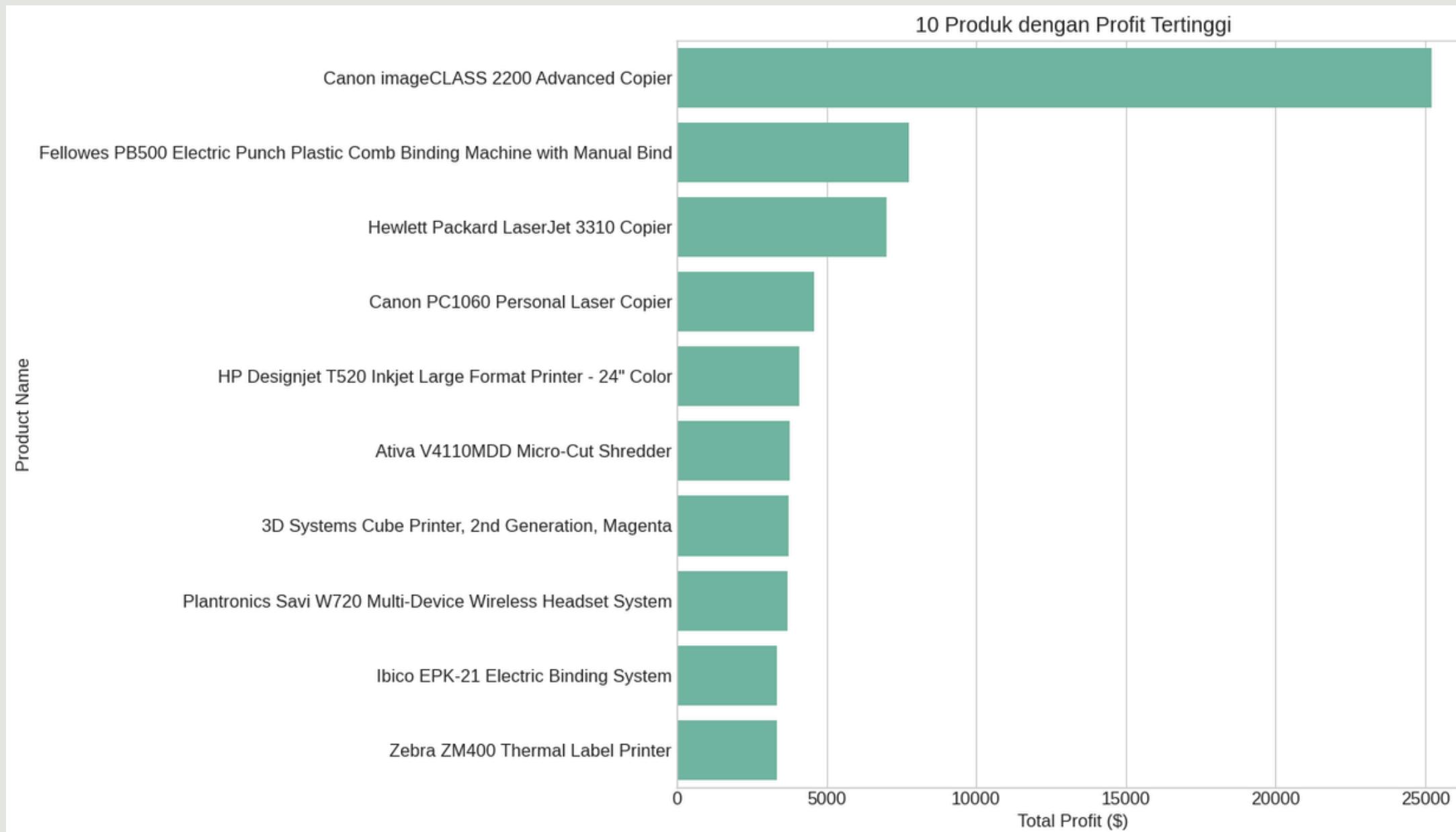
ANALISIS PRODUK - KATEGORI



Insight:

- Kategori Technology menghasilkan profit tertinggi.
- Kategori Furniture memiliki margin profit terendah.

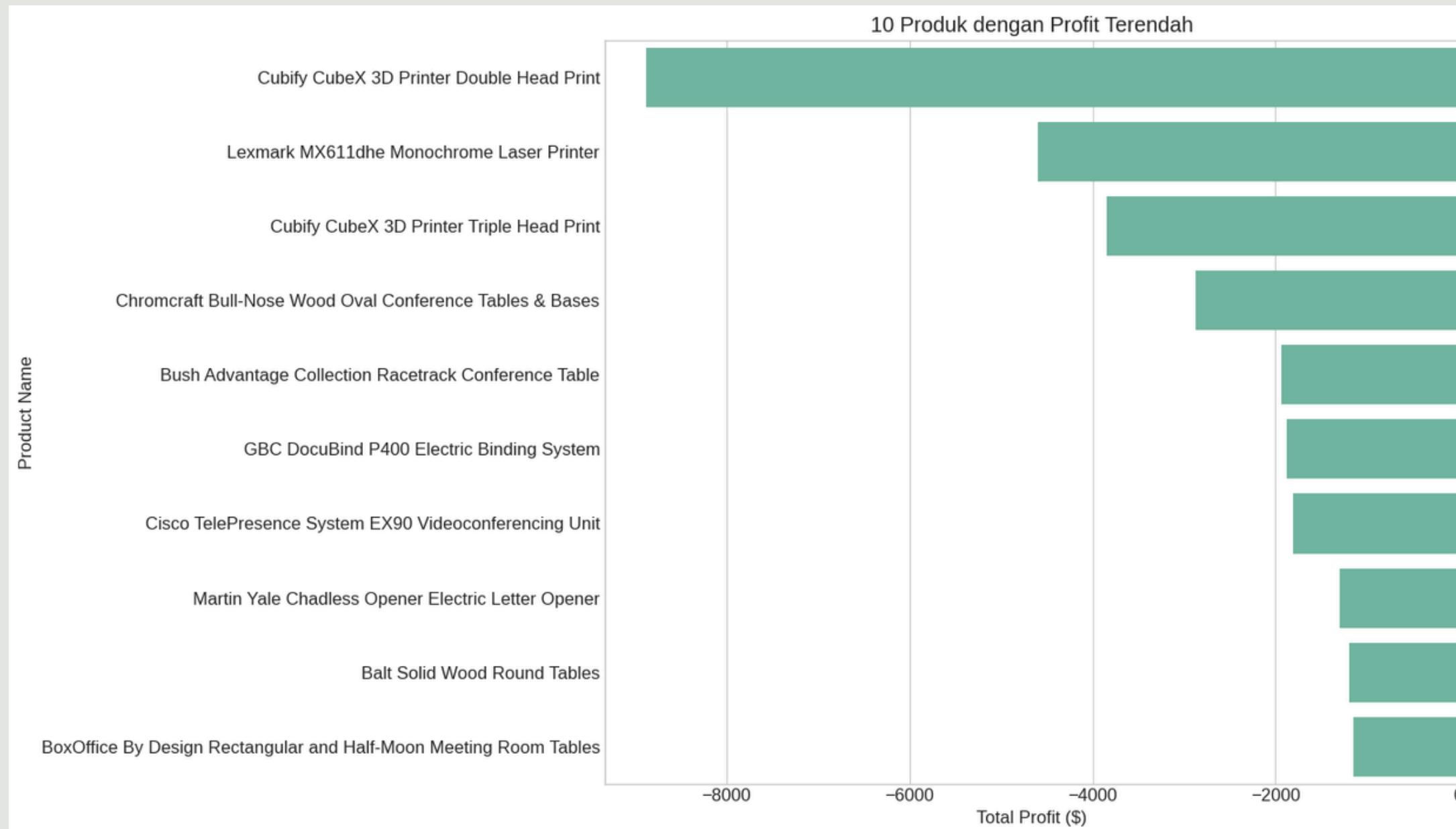
ANALISIS PRODUK - TOP & BOTTOM



Insight:

- Produk dengan performa terbaik: Canon imageCLASS 2200 Advanced Copier.

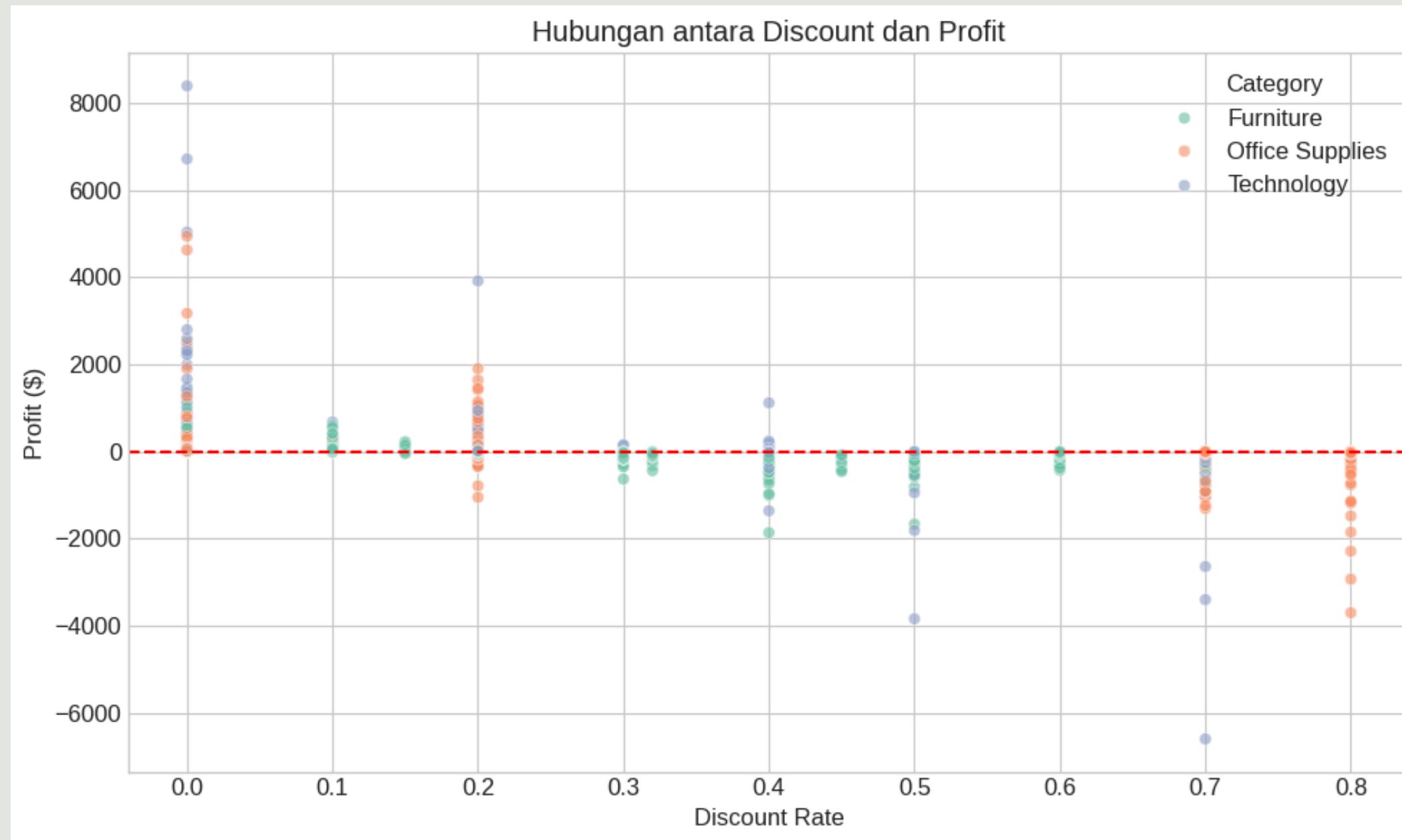
ANALISIS PRODUK - TOP & BOTTOM



Insight:

- Produk dengan performa terburuk: Cubify CubeX 3D Printer Double Head Print.
- Rekomendasi: Evaluasi ulang produk dengan profit negatif.

HUBUNGAN DISKON & PROFIT



Insight:

- Diskon tinggi sering berkorelasi dengan profit yang lebih rendah.
- Kategori tertentu lebih sensitif terhadap diskon.
- Rekomendasi: Strategi diskon yang lebih selektif.

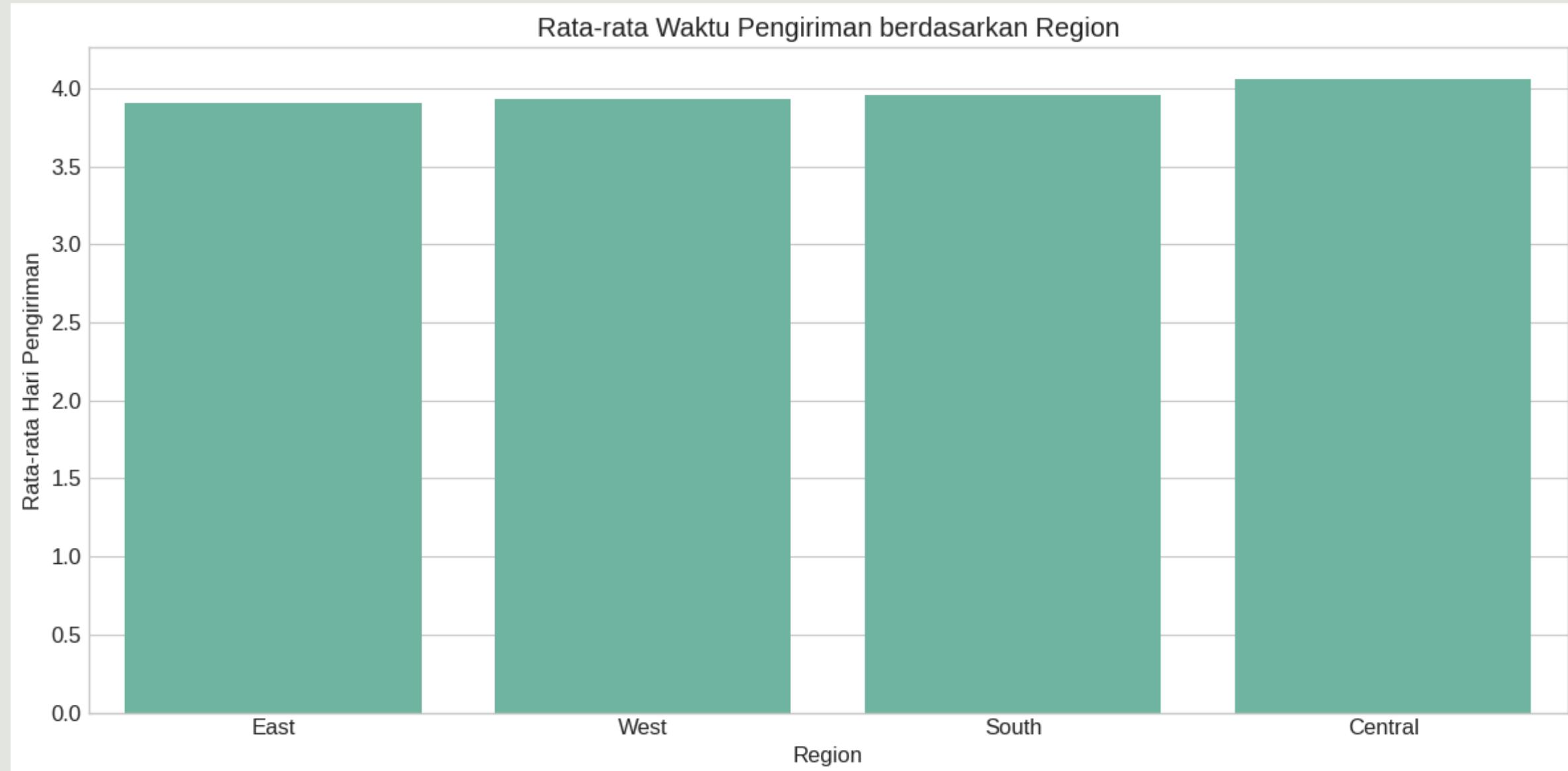
OPTIMASI PENGIRIMAN - SHIP MODE



Insight:

- Same Day memiliki waktu pengiriman tercepat (sesuai harapan).
- Standard Class memiliki waktu pengiriman terlama.
- Trade-off antara kecepatan dan biaya pengiriman.

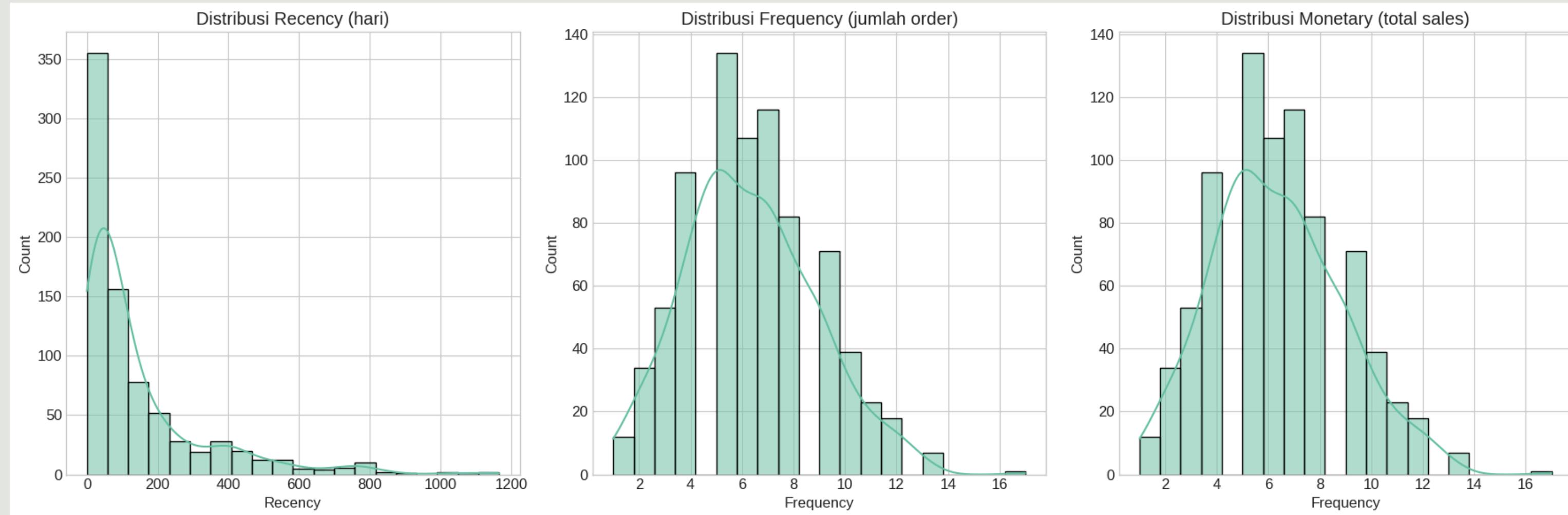
OPTIMASI PENGIRIMAN - REGION



Insight:

- Region Central memiliki waktu pengiriman rata-rata tertinggi.
- Region East memiliki efisiensi pengiriman terbaik.
- Rekomendasi: Optimalkan jaringan logistik di region dengan pengiriman lambat.

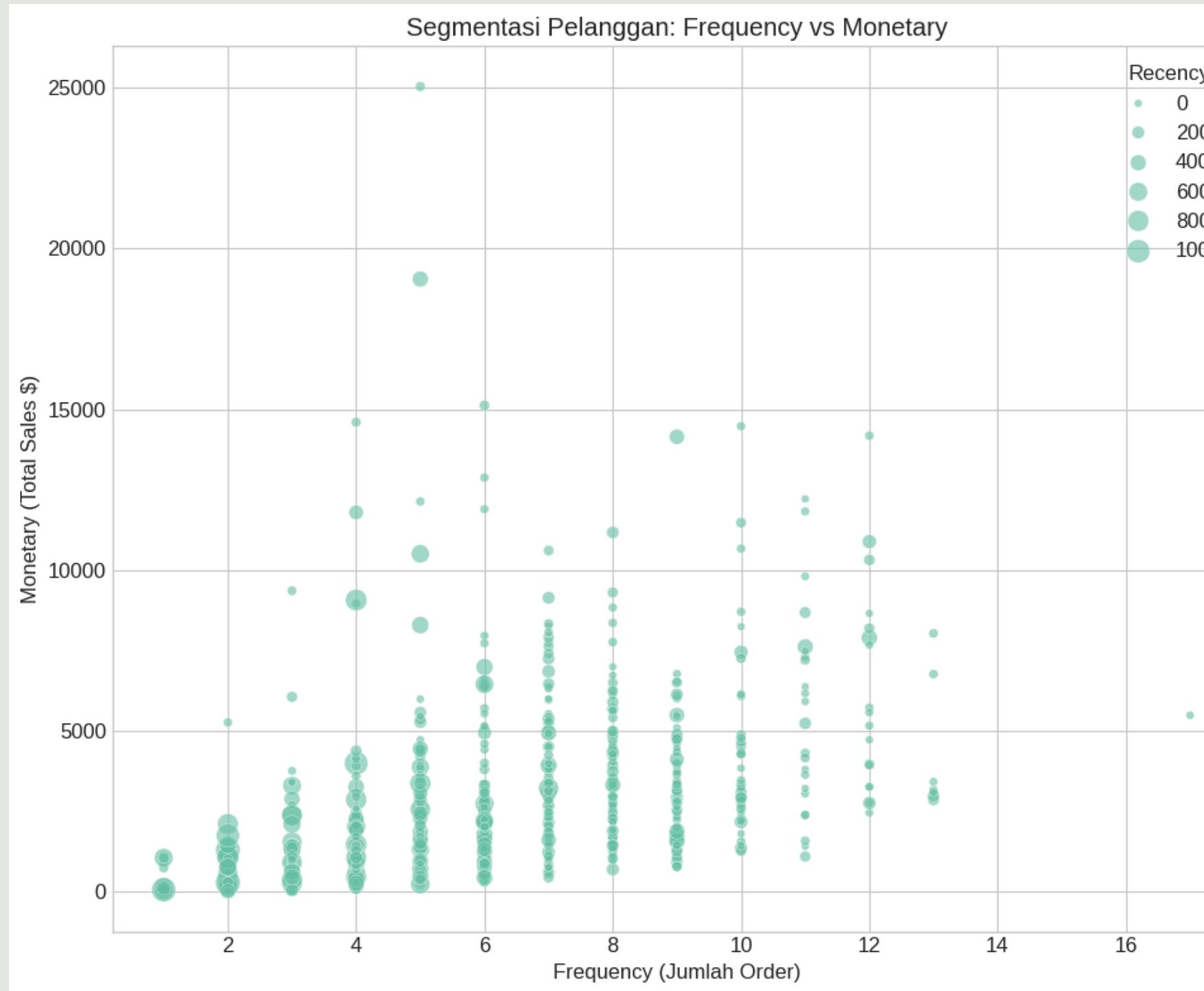
SEGMENTASI PELANGGAN - RFM



Insight:

- Recency: Kapan terakhir pelanggan berbelanja.
- Frequency: Seberapa sering pelanggan berbelanja.
- Monetary: Berapa banyak uang yang dibelanjakan.

SEGMENTASI PELANGGAN - VISUALISASI



Insight:

- 20% pelanggan menyumbang sekitar 80% pendapatan (prinsip Pareto).
- Rekomendasi: Strategi retensi dan program loyalitas.

KESIMPULAN

- **Tren Penjualan:**
 - Variasi signifikan dalam penjualan bulanan dengan pola musiman.
- **Produk:**
 - Technology dan Office Supplies lebih menguntungkan.
 - Beberapa produk furniture memerlukan evaluasi.
- **Pengiriman:**
 - Pengiriman cepat berkorelasi dengan profit per item lebih tinggi.
 - Region Central memerlukan optimasi pengiriman.
- **Segmentasi Pelanggan:**
 - Fokus pada pelanggan bernilai tinggi untuk pertumbuhan.

REKOMENDASI

- **Penjualan:** Promosi khusus pada bulan dengan penjualan rendah.
- **Produk:** Evaluasi ulang produk dengan profit negatif.
- **Diskon:** Strategi diskon yang lebih selektif berdasarkan profitabilitas produk.
- **Pengiriman:** Optimasi jaringan pengiriman terutama di region Central.
- **Pelanggan:** Program loyalitas untuk meningkatkan retensi dan nilai belanja.

Thank You

For your attention