**PRAKTIKUM 10**  
**PENGANTAR TEKNOLOGI INFORMASI**

**ANALISIS PENGELUARAN PELANGGAN WHOSALE**



**Disusun oleh:**

**Nama: Raja Hanif**

**NIM:1242002045**

**SISTEM INFORMASI**

Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

Universitas Bakrie

Kawasan Rasuna Epicentrum Jl. HR Rasuna Said Kav C– 22, Kuningan, Jakarta Selatan.

Website: <http://www.bakrie.ac.id/2023>

# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan praktikum ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban kami dalam mengikuti kegiatan praktikum mata pelajaran *Pengantar Teknologi Informasi*.

Dalam laporan ini, penulis menguraikan berbagai kegiatan praktikum yang telah dilaksanakan, mulai dari pengenalan perangkat keras dan perangkat lunak, pemahaman dasar jaringan komputer, hingga analisis penggunaan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses praktikum dan penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi motivasi untuk terus belajar serta mengembangkan pengetahuan di bidang teknologi informasi.

**DAFTAR ISI**

[KATA PENGANTAR 2](#_Toc186055501)

[BAB I PENDAHULUAN 4](#_Toc186055502)

[1.1. Latar Belakang 4](#_Toc186055503)

[1.2. Rumusan Masalah 4](#_Toc186055504)

[1.3. Tujuan Penelitian 4](#_Toc186055505)

[BAB II PEMBAHASAN 5](#_Toc186055506)

[2.1. *Import* data *Wholesale Dataset* ke Microsoft Excel 5](#_Toc186055508)

[2.2. Tabel Data Pengeluaran 6](#_Toc186055509)

[2.3. Rata-Rata dan Pengeluaran Tertinggi Pelanggan 7](#_Toc186055510)

[2.4. Mengelompokkan Pelanggan Berdasarkan Channel 7](#_Toc186055511)

[2.5. Visualisasi data dalam bentuk grafik batang 7](#_Toc186055512)

[2.6. Menvisualisasikan Data ke Tableau 8](#_Toc186055513)

[2.7. Menvisualisasikan Data ke Tableau bedasarkan Region dan Channel 9](#_Toc186055514)

[BAB III KESIMPULAN 10](#_Toc186055515)

[3.1. Kesimpulan 10](#_Toc186055517)

[3.2. Rekomendasi 10](#_Toc186055518)

[BAB IV LAMPIRAN 11](#_Toc186055519)

# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Memahami pengeluaran pelanggan dalam bisnis grosir merupakan elemen penting dalam mengidentifikasi pola konsumsi. Dengan menganalisis pola ini, bisnis dapat menentukan saluran distribusi yang paling efektif, kategori produk yang dominan, dan peluang wilayah yang menjanjikan. Data yang disajikan menunjukan berbagai data pengeluaran pelanggan berdasarlan distribusi dan wilayah, juga mencakup berbagai kategori produk seperti Fresh, Milk, Grocery, Frozen, Detergents\_paper, dan delicassen. Dengan menganalisis data ini, perusahaan dapat mengidentifikasi segmentasi pelanggan, memahami pola pengeluaran, dan mengoptimalkan strategi distribusi.

## Rumusan Masalah

Beberapa pertanyaan penting di bawah sering muncul ketika menganalisis pola pengeluaran pelanggan dalam industri grosir:

1. Saluran distribusi mana yang menghasilkan pendapatan tertinggi?
2. Kategori produk mana yang mendominasi pengeluaran pelanggan?
3. Bagaimana variasi pengeluaran pelanggan berdasarkan wilayah?

Pertanyaan-pertanyaan di atas berguna untuk merancang strategi penjualan yang efektif dan memastikan alokasi sumber daya yang efisien dalam bisnis makanya kita perlu menjawab pertanyaan di atas.

## Tujuan Penelitian

1. Menganalisis saluran distribusi yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pendapatan.
2. Mengidentifikasi kategori produk yang mendominasi pengeluaran pelanggan.
3. Mengevaluasi pola pengeluaran pelanggan berdasarkan segmentasi wilayah.
4. Memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan strategi penjualan dan distribusi berdasarkan temuan.

# BAB II PEMBAHASAN



## *Import* data *Wholesale Dataset* ke Microsoft Excel

Wholesale (Perdagangan grosir) memainkan peran penting dalam distribusi barang dari produsen ke konsumen terakhir melalui pengecer. Aktivitas impor dalam skala besar, khususnya dalam konteks wholesale, memungkinkan para pedagang dan distributor untuk menawarkan berbagai macam produk kepada pasar dengan harga yang lebih kompetitif. Dengan analisis ini, diharapkan perusahaan dapat merumuskan rekomendasi yang berguna untuk meningkatkan efisiensi distribusi dan penjualan, serta mengoptimalkan strategi pemasaran berdasarkan data yang telah terkumpul.

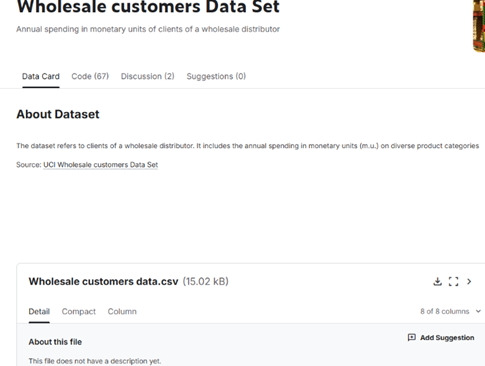
1. **Import Wholesale**

Import Wholesale merupakan kegiatan bisnis di mana perusahaan membeli produk dalam jumlah besar dari produsen di negara lain untuk dijual kembali ke perusahaan di negara asalnya. Dalam konteks ini, "wholesale" berarti pembelian barang dalam jumlah besar dengan harga lebih murah dibandingkan dengan harga eceran, yang kemudian dijual dengan keuntungan yang lebih tinggi.

1. **Microsoft Excel**

Microsoft Excel adalah salah satu program perangkat lunak (software) yang dikembangkan oleh Microsoft untuk keperluan pengolahan data, perhitungan, analisis, dan pembuatan grafik. Excel merupakan bagian dari paket aplikasi Microsoft Office, yang juga mencakup program seperti Word, PowerPoint, dan Outlook. Dengan adanya Microsoft Excel dapat mempermudah mengelolah data dalam jumlah besar.

## Tabel Data Pengeluaran



Gambar 2 1. Mengambil Dataset dari Website Kaggle

Pertama yang harus dilakukan adalah kita harus mencari dan mendownload dataset yang berbentuk CSV terlebih dahulu, kita bisa mecari dataset melalui website kaggle.

A screenshot of a computer screen

Description automatically generated

Gambar 2 2. Table whosale customers data

Gambar di atas menampilkan data awal pelanggan dari seluran distribusi wholesale. Setiap baris di dalam data mempresentasikan data pembelian pelanggan, dengan isi Channel 2 sebagai REGION, Channel 3 sebagai FRESH, Channel 4 sebagai MILK, Channel 5 sebagai GROCERY, Channel 6 sebagai FROZEN, Channel 7 DETERGENTS\_OAOER, Channnel 8 sebagai DELICASSENl. Data di atas ini adalah data dasar yangg diggunakan untuk menganalisis pengeluaran setiap produk.

## Rata-Rata dan Pengeluaran Tertinggi Pelanggan

A screenshot of a computer screen

Description automatically generated

Gambar 2 3. Table 'Rata-rata dan pengeluaran tertinggi'

Gambar diatas menampilkan jumlah rata-rata dari data yang ada di atas dan memberikan gambaran pengeluaran tertinggi dari FRESH, MILK, GROCERY, FROZEN, DETERGENTS\_OAOER, Dan yang terakhir adalah DELICASSENl.

## Mengelompokkan Pelanggan Berdasarkan Channel

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Gambar 2 4. Total Penjualan produk per-Channel

Gambar ini menunjukan perbandingan pendapatan produk dalam setiap channel

## Visualisasi data dalam bentuk grafik batang

|  |  |
| --- | --- |
| Gambar 2 5. Grafik Rata-Rata per-Produk | Gambar 2 6. Grafik Penjualan Tertinggi |

A graph of a number of people

Description automatically generated with medium confidence

Gambar 2 7. Grafik Total Penjualan per-Channel

Gambar di atas menunjukan grafik dalam bentuk batang dari hasil Rata-rata, pengeluaran tertinggi, total penjualan per-Channel dari data yang ada pada whosale customers data.

## Menvisualisasikan Data ke Tableau

A screenshot of a graph

Description automatically generated

Gambar 2 8. Grafik Perbandingan Pengeluaran per Produk

Pada gambar di atas menunjukan perbandingan yang telah di lakukan oleh pelanggan untuk setiap produk menggunakan Tableau, produk yang di lampirkan adalah Fresh, Grocery, Milk, Frozen, Detergents\_Paper, Delicassen. Grafik ini bertujuan untuk memberikan perbandingan antar produk yang telah berkontribusi terbanyak dalam perusahaan.

## Menvisualisasikan Data ke Tableau bedasarkan Region dan Channel

A screenshot of a computer

Description automatically generated

Gambar 2 9. Tree-Map Segmentasi Pelanggan

Gambar di atas menunjukan perbandingan yang di lakukan oleh pelanggan untuk setiap produk menggunakan Tableau, produk yang di lampirkan adalah Fresh, Grocery, Milk, Frozen, Detergents\_Paper, Delicassen. Grafik ini untuk di tunjuksn untuk meneampilkan perbandingan produk yang tsudah berkontribusi terbanyak dalam perusahaan.

# BAB III KESIMPULAN



## Kesimpulan

1. **Kategori Produk Dominan**  
Produk kategori "Fresh" memiliki pengeluaran pelanggan tertinggi, menunjukkan bahwa produk segar menjadi fokus utama dalam konsumsi pelanggan di bisnis grosir.

2. **Wilayah dengan Pengeluaran Tertinggi**  
Wilayah 3 mencatat pengeluaran tertinggi, menunjukkan potensi besar untuk pengembangan strategi distribusi dan pemasaran.

3. **Kinerja Berdasarkan Saluran dan Wilayah**

* Saluran 1 di Wilayah 3 mencatat pengeluaran tertinggi untuk produk kategori "Fresh".
* Saluran 2 di Wilayah 3 menunjukkan kontribusi signifikan dari kategori "Grocery" dan "Milk".

4. **Rekomendasi**

* Memprioritaskan distribusi untuk produk kategori "Fresh" di semua wilayah.
* Mengutamakan Wilayah 3 dalam kampanye pemasaran dan optimalisasi saluran distribusi.
* Meningkatkan strategi penjualan untuk kategori "Grocery" dan "Milk" di Saluran 2.

## Rekomendasi

1. Fokus terhadap upaya distribusi pada produk kategori "Fresh" di semua wilayah.
2. Prioritaskan Wilayah 3 untuk kampanye pemasaran dan pengoptimalan saluran distribusi.
3. Tingkatkan strategi penjualan pada kategori "Grocery" dan "Milk" di Saluran 2.

# BAB IV LAMPIRAN

* 1. **AIRPM - Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan berdasarkan segmentasi pelanggan**

**A screenshot of a computer

Description automatically generated**

Link Github: