

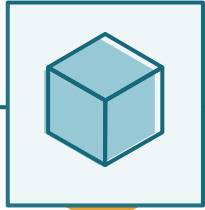
Customer Segmentation

Menggunakan RFM Analysis
pada data layanan jasa
pengiriman paket

Tugas seleksi
bootcamp data QTI
ANISA

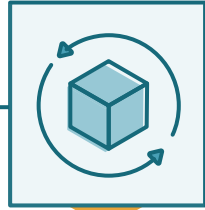


Cleansing dan Pre-processing data



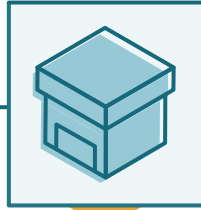
Cleansing kolom date

Menjadikan format data YYYY-mm-dd



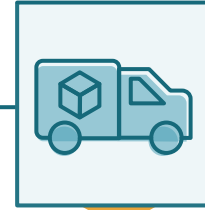
Cleansing kolom numerik

Merubah format, menjadi . dan menjadikan tipe data float



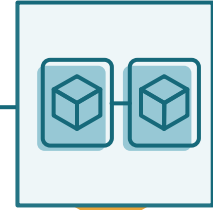
Cleansing kolom kategorik

Menghilangkan simbol, whitespace, dan lain-lain dengan text preprocessing



Missing value

Merubah data yang berisi '-' menjadi missing kemudian menghilangkan data missing



Duplicated

Pengecekan duplikasi data pada kolom Cnote no, yang merupakan resi pelanggan.

Dashboard Analisis April - Juni 2020

Penjualan Bulanan

April	: 113903.5
Mei	: 115244.5
Juni	: 111354.5

Customer Segmentation

Best Customers

7

Loyal Customers

9

Big Spenders

9

Almost Lost

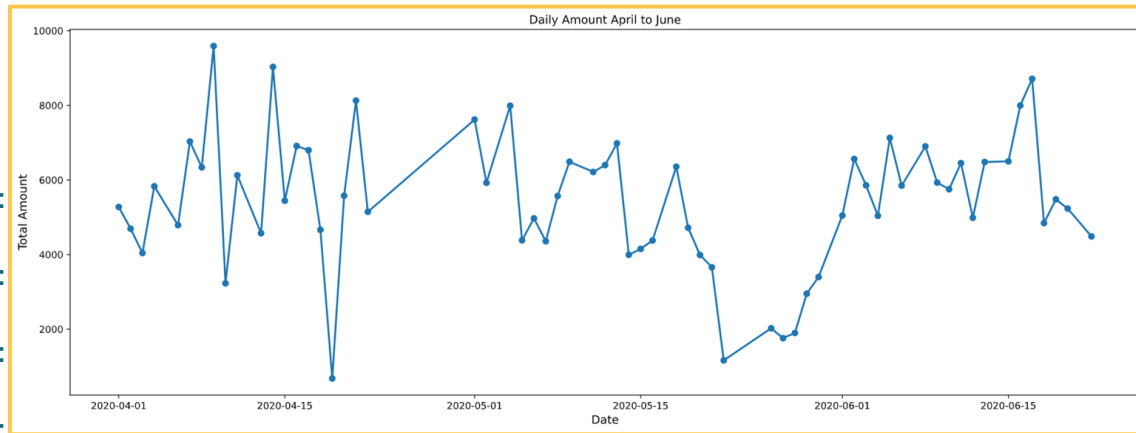
1

Deskripsi Barang

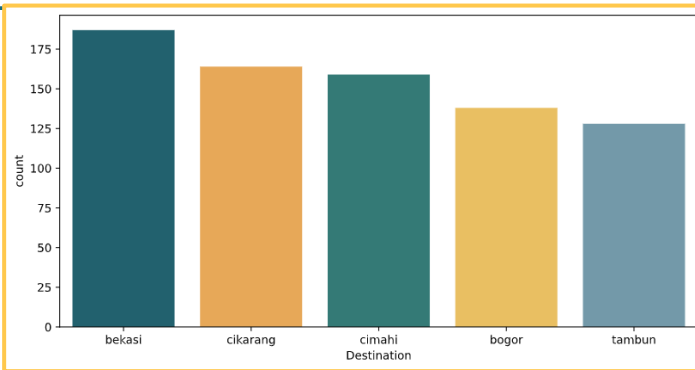
Describe Data



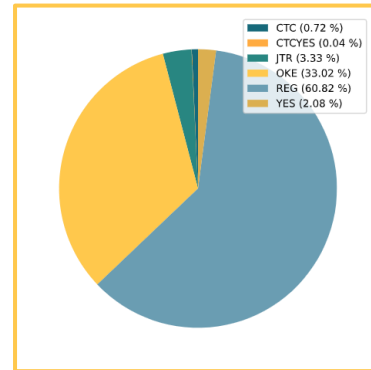
Penjualan Harian



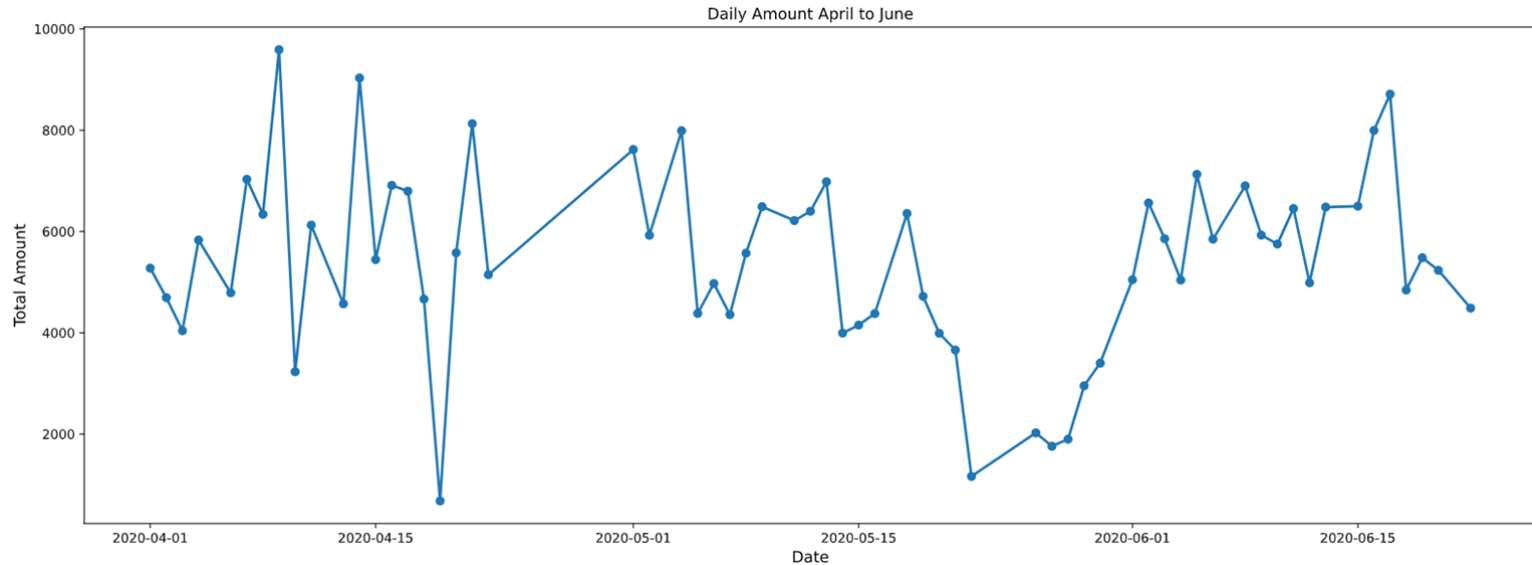
Top 5 Destinasi Pengiriman



Penggunaan Layanan



Pendapatan Harian



Grafik menunjukkan total pendapatan harian dari transaksi bulan April hingga Juni 2020. Terdapat beberapa hari yang pendapatannya selalu rendah, yaitu di sekitar akhir bulan Mei 2020. Hal ini bisa terjadi karena minggu terakhir bulan Mei merupakan minggu perayaan hari raya Idul Fitri, sehingga sedikit yang akan menggunakan layanan pengiriman.

5 Destinasi Terbanyak

Grafik bar chart di samping dilihat lima destinasi pengiriman terbanyak selama bulan April hingga Juni:

#1 Bekasi (187)

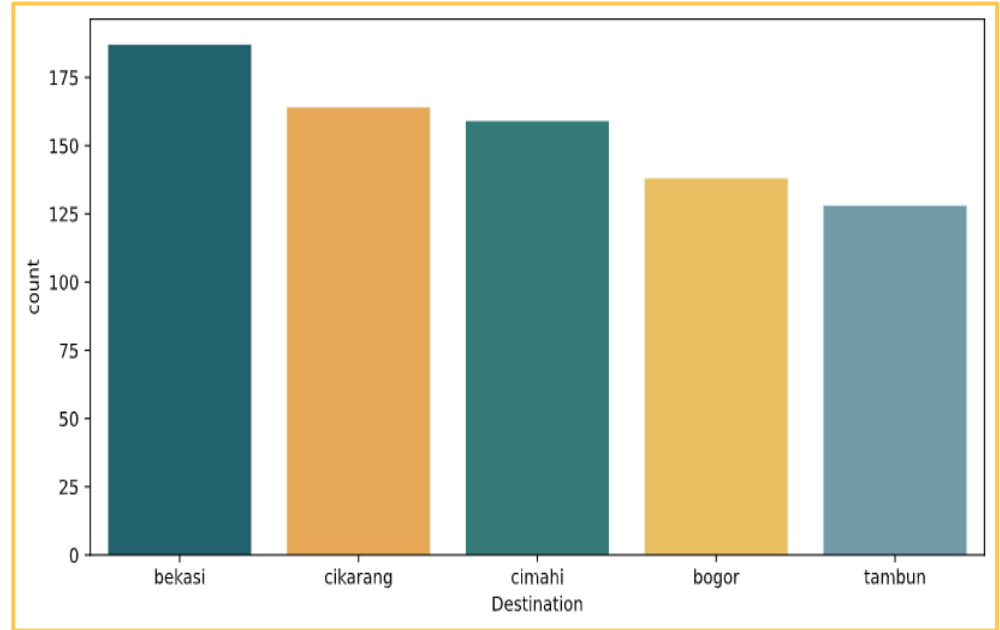
#2 Cikarang (164)

#3 Cimahi (159)

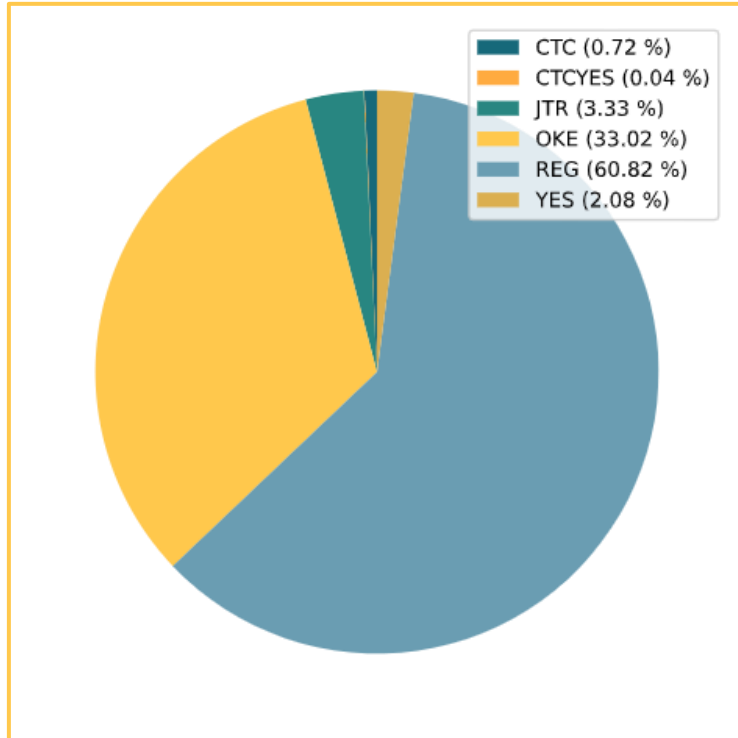
#4 Bogor (138)

#5 Tambun (128)

Mayoritas penjual mengirimkan barangnya menuju daerah jabodetabek.



Layanan digunakan



Pada pie chart dapat diketahui persentase penggunaan masing-masing kategori layanan, layanan yang paling diminati adalah:

#1 REG (60.82%)

#2 OKE (33.02%)

#3 JTR (3.33 %)

Penggunaan layanan CTC dan CTCYES yang sangat kecil bisa disebabkan karena pengiriman dalam kota yang sedikit.

Customer Segmentation

Kelompok pelanggan yang harus dipertahankan:

Best Customers

Supplier/Cust ID:

BCAT, BS, BUNK, EMON, GG, KOSM, PNJI

Pelanggan ini yang transaksi terakhirnya masih baru-baru ini, frekuensi penggunaan layanan terbanyak, dan yang memberikan pendapatan terbanyak.



Loyal Customers

Supplier/Cust ID:

AKEW, BCAT, BS, BUNK, EMON, GG, KOSM, PNJI, RTIF

Pelanggan ini yang selalu menggunakan jasa layanan kurir di sini, atau dapat dikatakan pelanggan yang loyal.



Big Spenders

Supplier/Cust ID:

BCAT, BS, BUNK, EMON, GG, KOSM, NDRI, PNJI, RTIF

Pelanggan ini yang memberikan pendapatan terbesar pada jasa layanan pengiriman ini



Customer Segmentation

Kelompok pelanggan yang harus ditarik minatnya kembali dan dianalisis mengapa mulai mengurangi penggunaan layanan pengiriman paket.

Almost Lost

Supplier/Cust ID:
RTIF

Pelanggan ini sudah cukup lama tidak menggunakan jasa, padahal memiliki frekuensi penggunaan yang besar dan berkontribusi memberikan pendapatan cukup besar.



Lost Customers

Supplier/Cust ID:
NDRI

Pelanggan ini sudah lama tidak menggunakan jasa, padahal sebelumnya cukup sering menggunakan jasa.



Lost Cheap Customers

Supplier/Cust ID:
CCDS, CHAM, PARE, PJUL

Pelanggan ini sudah lama tidak menggunakan layanan jasa, sejak awal jarang menggunakan jasa ini, dan kontribusi pendapatannya sangat sedikit.

