

Analisa Penjualan DQFashion tahun 2017

Bootcamp Data Analyst with Excel
Batch 13

Fransisca Panggabean / EXC1368





DQFashion adalah toko yang berfokus pada bisnis fashion yang berpusat di Indonesia. Toko ini menawarkan produk-produk fashion yang mengikuti perkembangan tren fashion global untuk gaya kasual dan semi-formal. Produk dari DQFashion ini menyasar kalangan muda dan dewasa. Penjualan dilakukan secara langsung di toko fisik maupun melalui website DQFashion. Sampai dengan saat ini, DQFashion sudah memiliki 4 Cabang di kota-kota besar Indonesia.

Dataset yang digunakan dalam Analisa ini



**Transaksi
Penjualan**



**Master Hari
Libur 2017**



**Master
kategori**



**Master
Produk**



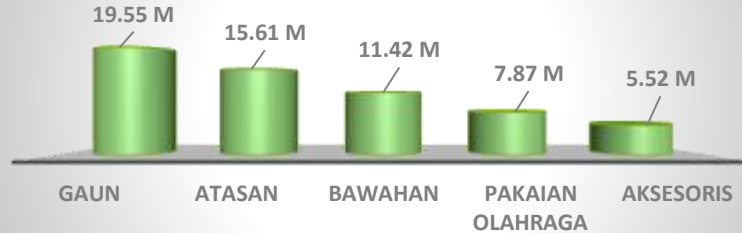
**Master
Cabang**

Revenue

59,96 M

Sepanjang tahun 2017, DQFashion memperoleh revenue sebesar 59,96 M, dengan perolehan revenue terbesar berasal dari penjualan produk kategori Gaun, dan Medan menjadi Cabang dengan perolehan revenue terbesar.

Revenue per Kategori

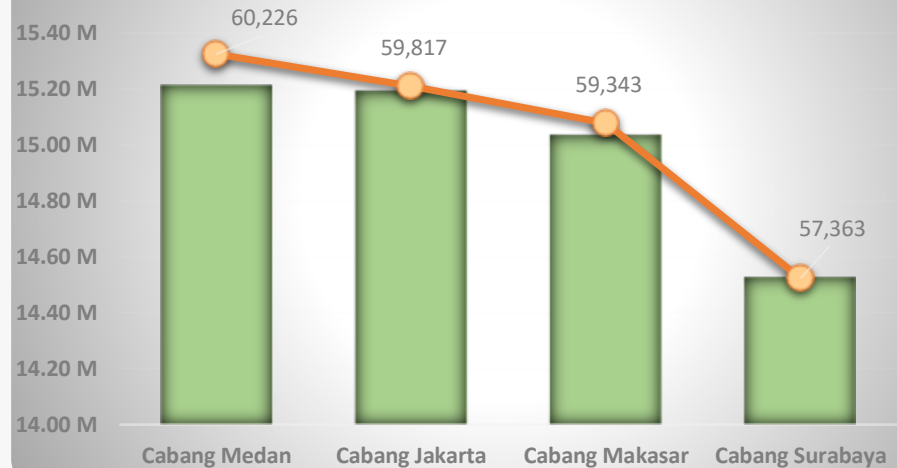


Revenue per Cabang

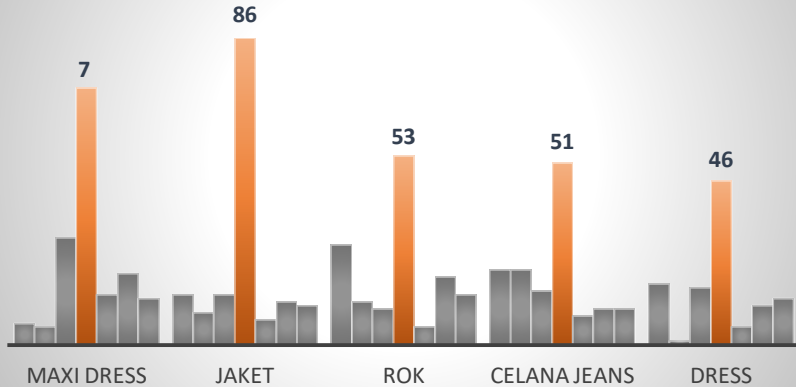


Total Penjualan**236.749**

Total jumlah produk yang terjual di sepanjang 2017 adalah 236.749. Penjualan terbesar ada di Cabang **Medan** sebesar 60.226 produk. Hal ini sesuai dengan perolehan revenue di cabang ini. Selanjutnya diikuti oleh cabang Jakarta, Makassar, dan terakhir adalah cabang **Surabaya**.

Revenue vs Penjualan

5 Produk penjualan Tertinggi di Medan

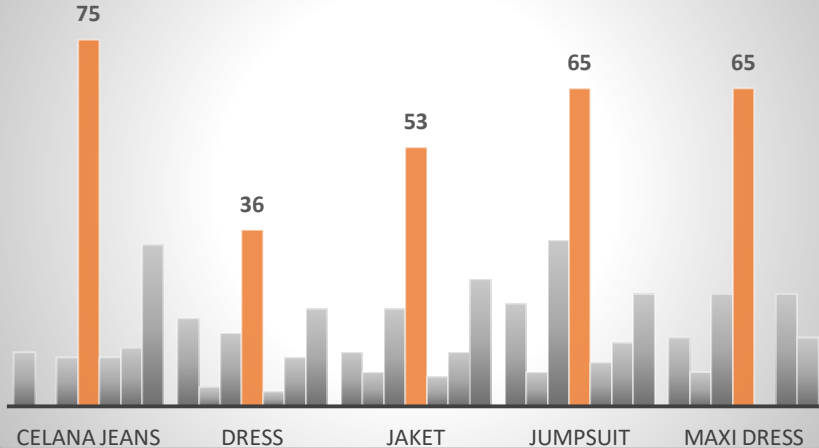


Hari Libur di Bulan Juni

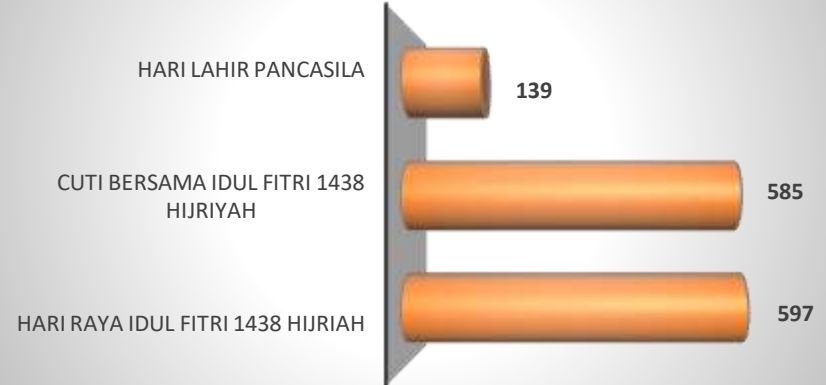


5 Produk dengan penjualan tertinggi di Cabang Medan adalah : Maxi Dress, Jaket, Rok, Celana Jeans, Dress. Dari grafik dapat dilihat bahwa penjualan tertinggi untuk ke-lima produk ini, terjadi di bulan Juni. Di bulan Juni ini, penjualan terbesar terjadi di waktu libur Cuti Bersama Idul Fitri 1438, diikuti dengan waktu libur Hari Raya Idul Fitri 1438 H.

5 Produk penjualan Tertinggi di Surabaya

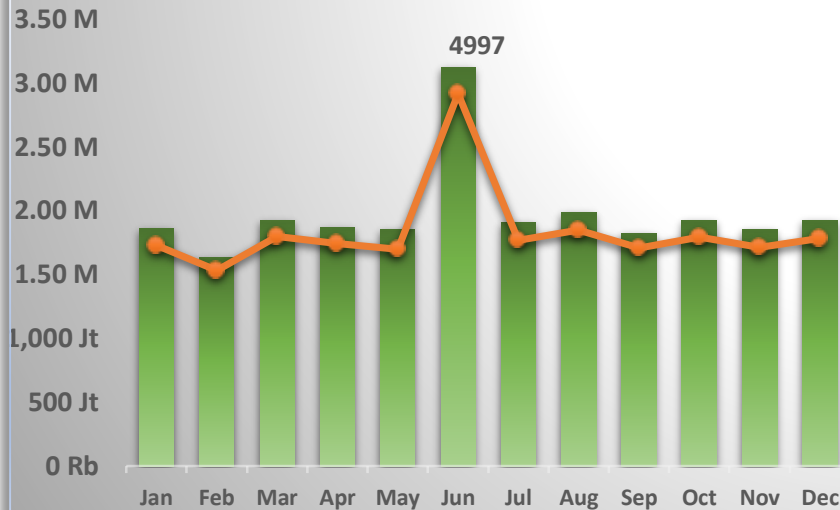


Hari Libur di Bulan Juni



Sama hal-nya dengan di Medan, penjualan tertinggi untuk 5 produk paling laris di Surabaya, juga ada di bulan Juni, untuk hari libur yang sama. Produk ini adalah Jumpsuit, Celana Jeans, Maxi Dress, Jaket dan Dress

Penjualan 4 Produk terlaris



Dari chart sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa, produk yang paling laris di libur Cuti Bersama dan Hari Raya Idul Fitri 2017, baik di cabang **Medan** (revenue tertinggi) dan cabang **Surabaya** (revenue terendah) adalah Maxi Dress, Jaket, Jeans, dan Dress.

Dari grafik disamping, bisa dilihat penjualan 4 produk tersebut di bulan Juni, meningkatkan revenue hampir 2 kali lipat, dibandingkan penjualan di bulan-bulan lain.

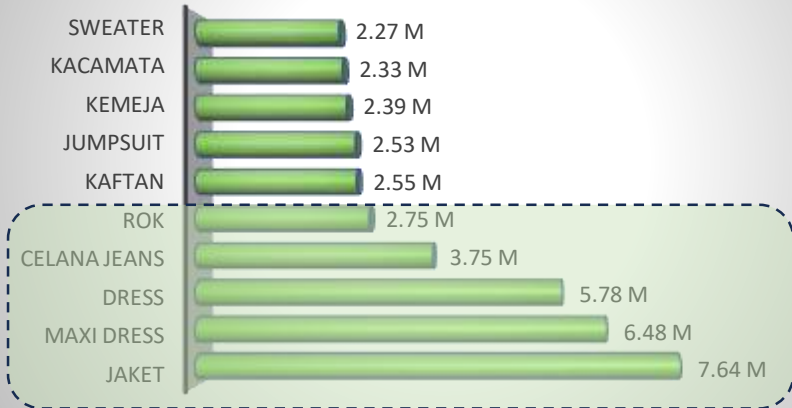
Rekomendasi



Produk fashion, adalah produk yang tren-nya cenderung bergerak dengan cepat. Sehingga, harus bisa dipastikan bahwa stock yang ada harus segera terjual dengan cepat. Dilihat dari grafik, tren penjualan sendiri cenderung statis di bulan tanpa hari libur besar.

- Untuk menghindari stock barang yang tidak habis, bisa buat strategi marketing seperti promo dan diskon atau loyalty program untuk pelanggan yang setia. Perhatikan harga yang kompetitif, tawarkan produk dalam bundel antara produk yang laku dengan produk yang kurang laku, manfaatkan media social, tawarkan pengiriman gratis dengan syarat pembelian minimal
- Perluas jangkauan pasar, seperti misalnya membuka cabang baru, atau dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi. Buat konten marketing, lakukan kolaborasi dengan influencer marketing, pertimbangkan untuk melakukan penjualan produk melalui platform e-commerce.

10 Produk Penjualan tertinggi



10 Produk Penjualan terendah



Chart diatas menunjukkan 10 produk yang memperoleh penjualan tertinggi dan terendah. Dapat dilihat bahwa 5 produk dengan revenue terbesar masuk dalam kategori produk fashion umum (atasan, bawahan, gaun). Sedangkan untuk produk dengan penjualan terendah, Sebagian besar masuk dalam kategori aksesoris. Seperti : Kaus kaki, ikat pinggang, topi, ataupun syal.

Rekomendasi



- Untuk menarik pembeli, bisa diatur juga dengan cara mengatur penempatan produk kategori aksesoris. Misalnya diletakkan di bagian promosi utama situs DQFashion, atau di marketplace. Bisa juga dengan display yang lebih menarik di toko fisik.
- Untuk mengetahui alasan mengapa produk dengan kategori aksesoris, penjualannya kurang baik, bisa dilakukan survey untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan. Nantinya feedback yang didapat bisa digunakan untuk memperbaiki produk, atau untuk menentukan strategi pemasaran berikutnya

Rekomendasi



- Tingkatkan kualitas ataupun fungsionalitas dari produk aksesoris. Pastikan produk memiliki kualitas yang baik dan fungsional, sehingga tahan lama dan memiliki daya guna.
- Jika memang produk yang ada sudah tidak bisa menarik pasar lagi, pertimbangkan untuk mengganti variasi desain, warna baru, atau bahkan model baru untuk mengikuti tren terkini
- Evaluasi kembali tren pasar dan gaya hidup yang mungkin berubah.



59,96 M



Thanks!

