LAPORAN PRAKTIKUM PENGENALAN TEKNOLOGI INFORMASI 10



Informasi

Mata Kuliah: Pengantar Tekhnologi

Dosen Pengampu: Zakiul Fahmi Jailani, S.Kom., MSc.

Asisten dosen: Hafizahah Dea

Disusun Oleh:

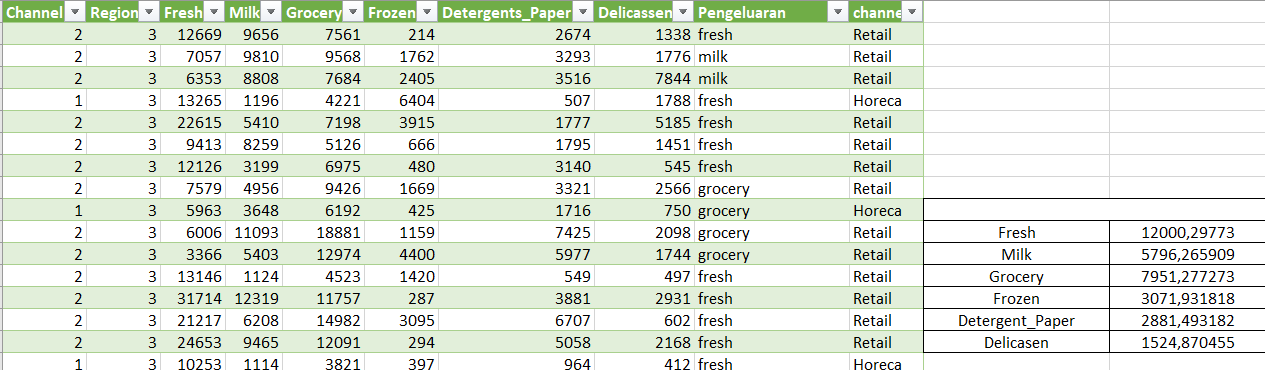
Davina Maulidya Maghfira 1242002052

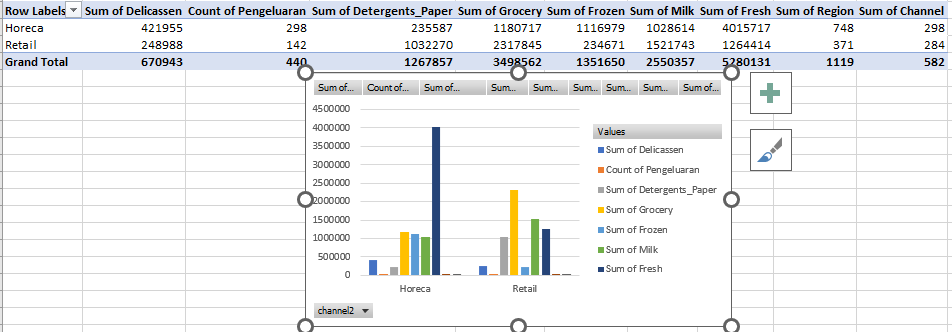
SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER 2024

# Isi laporan praktikum

1. Table dan Grafik





Pada praktikum PTI ke 10 di lab, diperintahlan untuk membuat sebuah table dan grafik dari table tersebut yang dimana table nya berisi data set.

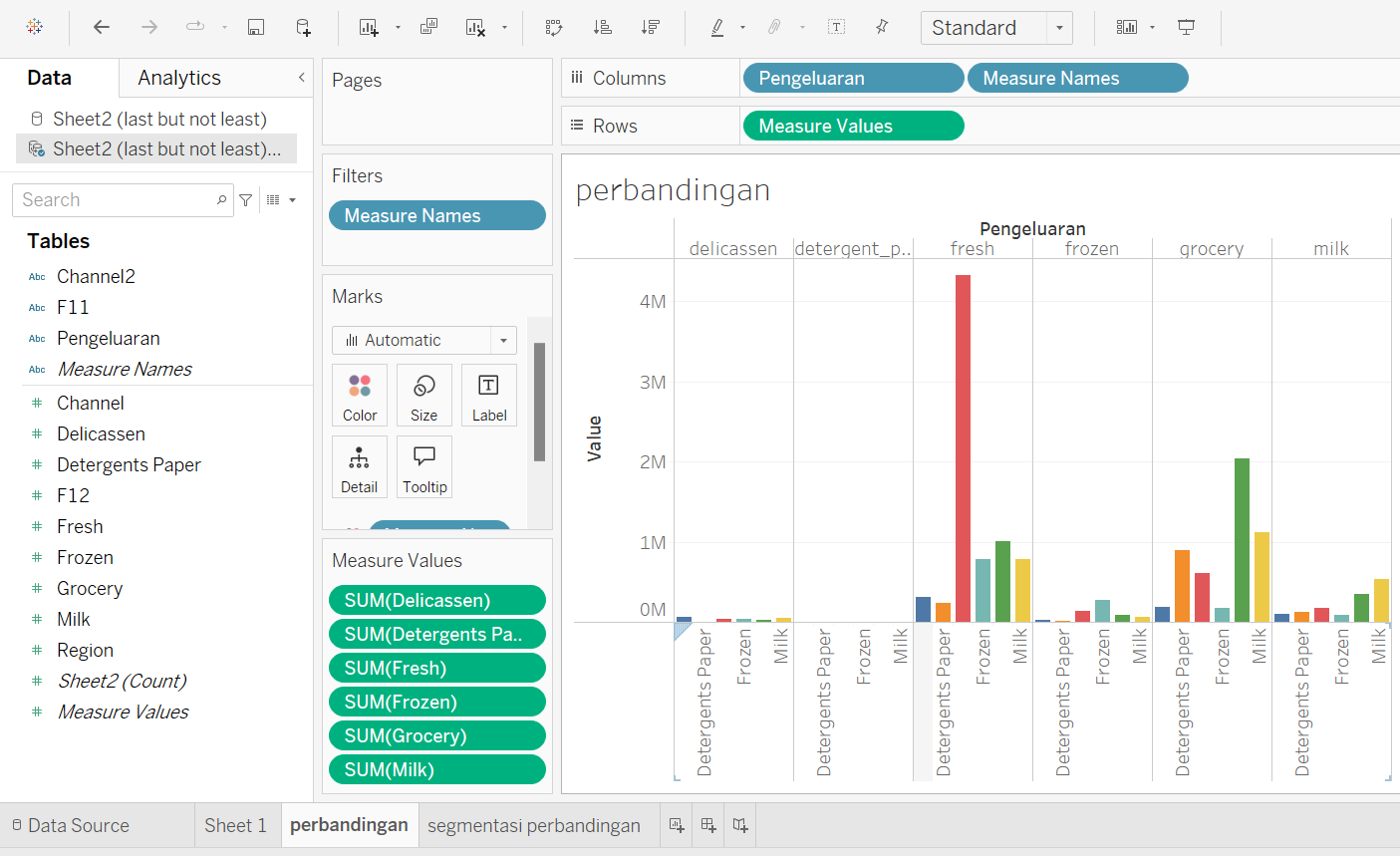
Penjelasan :

1. Saluran distribusi yang paling banyak menghasilkan penapatn adalah “Horeca”.
2. Kategori produk yang mendominasi pengeluaranpelanggan adalah “Fresh” dengan total pengeluaran sebanyak 5,280,131 yang telah dijumlah dari dua saluran, yaitu Horeca juga Retail dengan masing-masing pengeluarannya 4,015,717 dan 1,264,414.
3. Pola pengeluaran berdasarkan region. Pada bagian horeca terdapat 748 region, sedangkan retail terdapat 371 jumlah region saja. Selain itu, region dengan saluran horeca lebih banyak juga pengeluarannya lebih tinggi. Sedangkan retail lebih sedikit, tetapi mendominasi pengeluaran pada kategori grocery dan detergens paper.

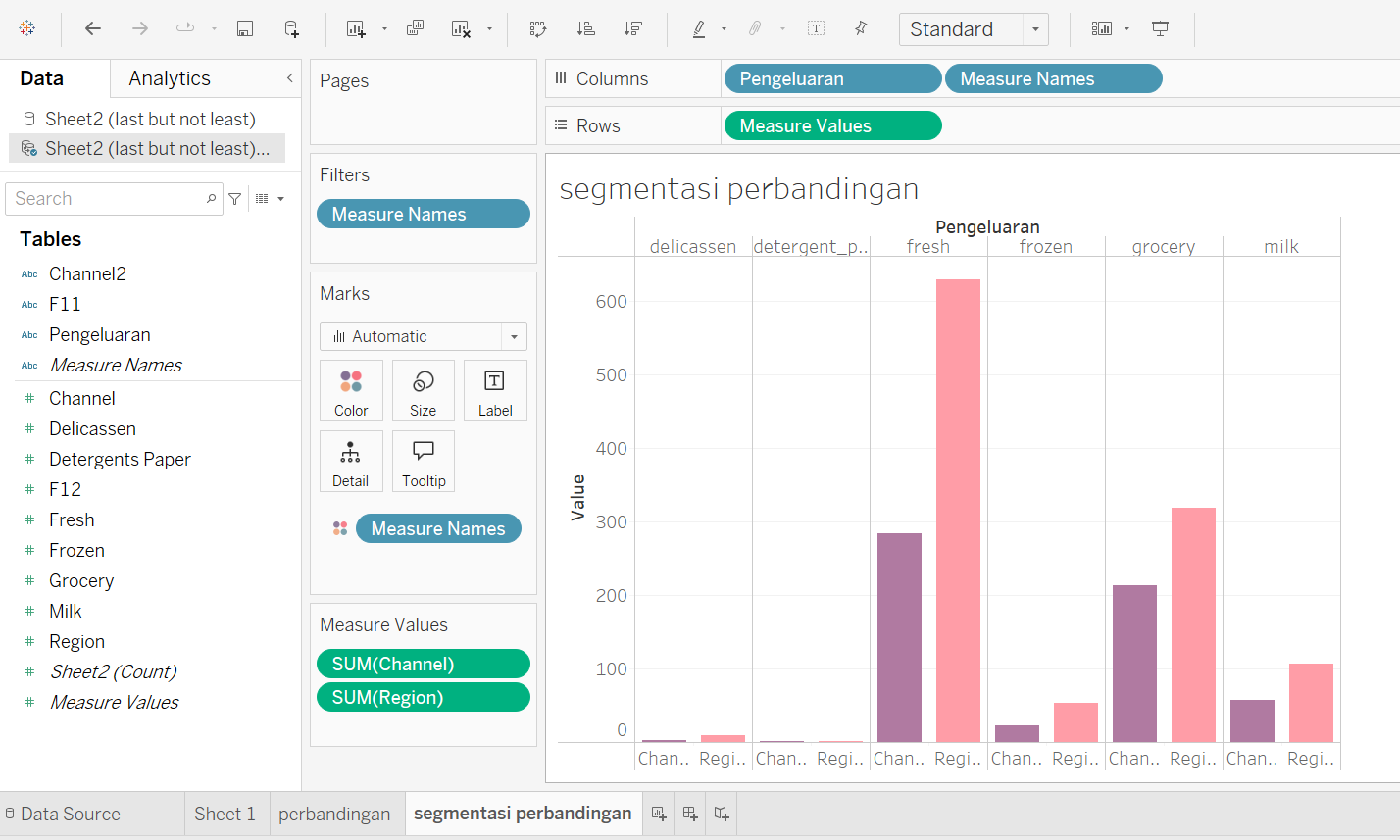
Rekomendasi untuk peningkatan penjualan:

1. Meningkatkan untuk kategori fresh dengan metode penjualan “bundling”. Karena dengan metode ini, penjuala akan mendapatkan harga yang lebih murah daripadamembeli satuan.
2. Membuat diskon. Serta membuat gabungandari diskon dan bundling.

Visualisasai in **TABLEU**

****

Pada visualisasi pertama, saya melakukan visualisasi perbandingan pengeluaran pelanggan untuk setiap kategori produk dengan menggunakan barchar pada visualisasinya.

****

Pada visualisasi kedua sayaj melakukan segmentasi pelanggan berdasarkan region dan channel.

Kolaborasi **GIT** and **GITHUB**

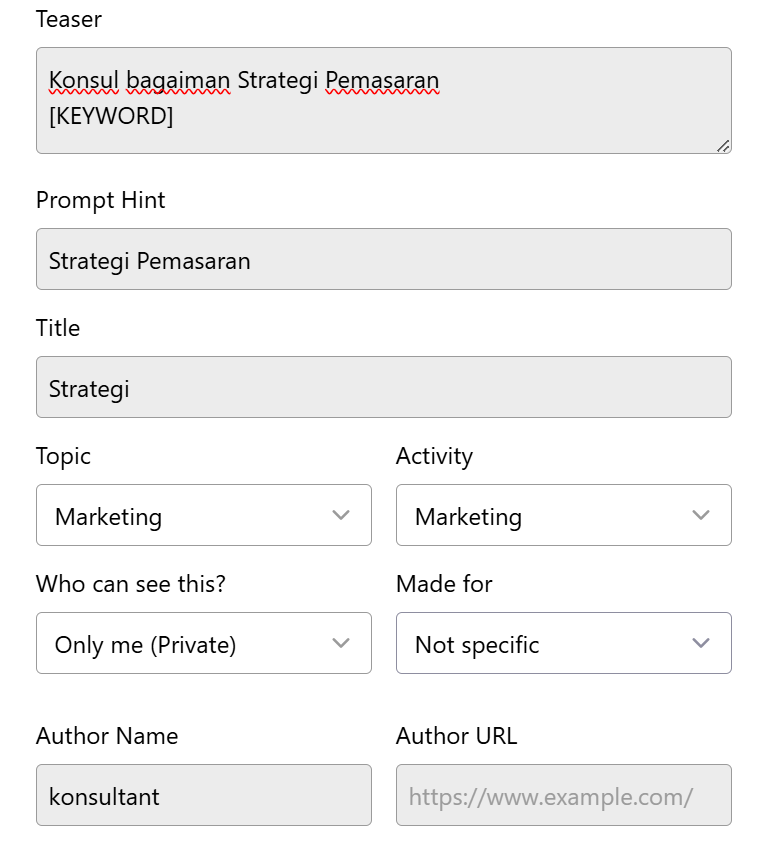
Prompt Engineering with **AIRPM**

Prompt Template

Bantu saya merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan berdasarkan segmentasi pelanggan. Identifikasi segmen pelanggan utama dengan menganalisis pola demografi (seperti region dan channel), perilaku pembelian, dan kategori produk favorit mereka. Jelaskan karakteristik unik setiap segmen dan usulkan pendekatan pemasaran yang disesuaikan, mencakup jenis konten pemasaran yang relevan, platform distribusi yang paling efektif, dan strategi komunikasi yang optimal. Berikan contoh spesifik tentang bagaimana pesan pemasaran dapat diformat untuk setiap segmen.

jawab dengan bahasa yang formal dan tidak kaku juga berperanlah sebagai konsultan [TARGETLANGUAGE]

[PROMPT]



Berikut di atas adalah prompt yang saya buat.

Hasil percobaan dari prompt saya ketika menggunakan pertanyaan seperti hint yang sesuai akan seperti berikut ini:

**Strategi Pemasaran Berdasarkan Segmentasi Pelanggan**

**Identifikasi Segmentasi Pelanggan**

Berdasarkan analisis data pelanggan, berikut adalah segmentasi utama yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran:

1. **Segmen Pelanggan Urban Millennials**
   * **Karakteristik:**
     + Berusia 25–34 tahun.
     + Tinggal di wilayah perkotaan dengan akses internet yang tinggi.
     + Cenderung membeli produk melalui e-commerce atau media sosial.
     + Menyukai produk yang inovatif, trendi, dan ramah lingkungan.
   * **Kategori Favorit:** Produk fashion, gadget, dan produk kesehatan/keindahan.
2. **Segmen Keluarga Muda Suburban**
   * **Karakteristik:**
     + Berusia 30–45 tahun, biasanya pasangan muda dengan anak kecil.
     + Tinggal di pinggiran kota dengan gaya hidup yang seimbang antara tradisional dan modern.
     + Membeli produk melalui toko offline dan marketplace.
     + Mengutamakan kualitas dan nilai produk dibandingkan harga.
   * **Kategori Favorit:** Produk rumah tangga, makanan sehat, dan perlengkapan anak.
3. **Segmen Profesional Eksekutif**
   * **Karakteristik:**
     + Berusia 35–50 tahun, memiliki pendapatan tinggi.
     + Sibuk dengan pekerjaan dan menghargai kenyamanan serta efisiensi.
     + Lebih sering membeli produk melalui platform eksklusif atau aplikasi premium.
     + Tertarik pada produk premium dan pengalaman personalisasi.
   * **Kategori Favorit:** Produk elektronik berkualitas tinggi, jasa layanan premium, dan travel eksklusif.

**Pendekatan Pemasaran untuk Setiap Segmen**

**1. Urban Millennials**

* **Jenis Konten:**
  + Konten video pendek (Reels, TikTok) yang kreatif dan relevan.
  + Testimoni pengguna yang menonjolkan manfaat produk.
  + Kampanye media sosial yang interaktif (giveaway, challenge).
* **Platform Distribusi:** Instagram, TikTok, dan YouTube.
* **Strategi Komunikasi:**
  + Gunakan bahasa yang santai, autentik, dan relatable.
  + Promosikan nilai-nilai yang sesuai dengan gaya hidup mereka, seperti keberlanjutan.
* **Contoh Pesan Pemasaran:**
  + “Dapatkan gaya yang trendi dan ramah lingkungan hanya dengan satu klik! Yuk, cek koleksi terbaru kami di Instagram.”

**2. Keluarga Muda Suburban**

* **Jenis Konten:**
  + Artikel blog tentang tips keluarga dan gaya hidup sehat.
  + Video tutorial atau ulasan produk rumah tangga.
  + Promosi bundling produk (paket hemat keluarga).
* **Platform Distribusi:** Facebook, marketplace (Tokopedia, Shopee), dan email newsletter.
* **Strategi Komunikasi:**
  + Tawarkan solusi praktis untuk kebutuhan keluarga.
  + Gunakan testimoni pelanggan dengan cerita inspiratif.
* **Contoh Pesan Pemasaran:**
  + “Bersama keluarga, nikmati kenyamanan tanpa kompromi. Promo spesial alat rumah tangga hanya hari ini di Shopee!”

**3. Profesional Eksekutif**

* **Jenis Konten:**
  + Infografis tentang manfaat efisiensi produk.
  + Penawaran eksklusif melalui aplikasi atau undangan acara VIP.
  + Video demonstrasi produk premium.
* **Platform Distribusi:** LinkedIn, aplikasi mobile eksklusif, dan email personal.
* **Strategi Komunikasi:**
  + Gunakan bahasa yang profesional, lugas, dan berfokus pada keunggulan produk.
  + Soroti pengalaman eksklusif dan kemudahan layanan.
* **Contoh Pesan Pemasaran:**
  + “Nikmati pengalaman tak tertandingi dengan perangkat pintar premium kami. Hanya untuk Anda, undangan eksklusif di event peluncuran minggu ini.”

**Implementasi dan Evaluasi**

* **Pelaksanaan Kampanye:**
  + Buat kalender konten untuk setiap segmen.
  + Optimalkan penggunaan data analitik untuk memahami performa kampanye.
  + Gunakan teknologi pemasaran otomatis (marketing automation) untuk personalisasi pesan.
* **Evaluasi:**
  + Ukur tingkat konversi dari setiap segmen pelanggan.
  + Lakukan survei kepuasan pelanggan untuk mendapatkan feedback langsung.
  + Perbaiki strategi berdasarkan hasil evaluasi secara berkala.

Dengan memahami karakteristik unik setiap segmen dan menyesuaikan strategi pemasaran, perusahaan dapat meningkatkan engagement, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong peningkatan penjualan secara signifikan.

Ini adalah hasil dari prompt yang saya gunakan.